



## บทความวิชาการ

การสื่อสารดิจิทัลระหว่างรุ่นอายุกับการเปลี่ยนแปลงของคุณค่าสู่การเป็นพลเมืองดิจิทัล  
Inter-generational digital communication and value change toward digital  
citizenship

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชันญุสรา อรนพ ณ อยุธยา

ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม แผนงานคนไทย 4.0

สนับสนุนโดย

สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

มีนาคม 2565

เลขที่สัญญา 2563/6-18

## บทความวิชาการ

การสื่อสารดิจิทัลระหว่างรุ่นอายุกับความเปลี่ยนแปลงคุณค่าสู่การเป็นพลเมืองดิจิทัล  
Inter-generational digital communication and value change toward digital  
citizenship

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชนัญสรุ อรนพ ณ อยุธยา

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม แผนงานคนไทย 4.0

สนับสนุนโดย

สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)



## บทคัดย่อ

ภายใต้ระบบนิเวศสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป คนในแต่ละรุ่นอายุก็มีกิจกรรมการสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้นผ่านพื้นที่สื่อดิจิทัล ทว่าแต่ละรุ่นอายุก็มีการอบประสบการณ์ร่วมกันในช่วงเวลาที่เติบโตมา ทำให้การให้คุณค่าและมุมมองที่มีต่อโลกแตกต่างกันระหว่างกลุ่มรุ่นอายุ จึงทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างรุ่นในพื้นที่การสื่อสารด้วย บทความนี้จึงมุ่งที่จะทำความเข้าใจความแตกต่างดังกล่าวโดยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่มีการเผยแพร่ทั้งในต่างประเทศและประเทศไทย และวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดความเป็นพลเมืองดิจิทัล เพื่อฉายภาพให้เห็นถึงสภาวะการณ์ปัจจุบันของความเป็นพลเมืองดิจิทัลในคนแต่ละรุ่นอายุ และมองหาช่องว่างทางความรู้ที่จำเป็นสำหรับการลดความแตกต่างและการพัฒนาคนในทุกกลุ่มอายุในสังคมไทยให้มีความเป็นพลเมืองดิจิทัล

ผลโดยสังเขป พบว่า การศึกษาที่ผ่านมาจำนวนมากได้อธิบายสภาวะการณ์ของความเป็นพลเมืองในแต่ละรุ่นอายุในด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นการรู้เท่าทันดิจิทัลและการสื่อสารดิจิทัล โดยทุกกลุ่มรุ่นอายุมีพัฒนาการของระดับของการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลที่ดีขึ้น แต่ก็มีความสามารถในระดับที่แตกต่างกันในแต่ละรุ่นวัย และก็ยังคงพบว่าทุกกลุ่มอายุนั้นเผชิญปัญหาด้านเนื้อหา ความเสี่ยงและภัยออนไลน์ที่แตกต่างกันไป

ส่วนสภาวะการณ์ของความเป็นพลเมืองในแต่ละรุ่นอายุในด้านการมีความเคารพต่อตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล และ ด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่นนั้น พบว่ามีการศึกษาที่จำกัดอยู่ โดยงานที่ผ่านมาช่วยให้เห็นปัญหาที่เกิดจากการขาดความเป็นพลเมืองในสองด้านนี้ของบางรุ่นอายุ เช่น ปัญหาการกลั่นแกล้งออนไลน์ ปัญหาประทุษร้าย และพบว่าแต่ละรุ่นอายุมีความเหลื่อมล้ำในมิติของผลประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์

การสร้างเสริมความเป็นพลเมืองดิจิทัลนั้น ไม่เพียงแต่การสร้างเสริมทักษะและสมรรถนะในระดับบุคคลเท่านั้น แต่จำเป็นต้องอาศัย “ปัจจัยแวดล้อม” ที่สำคัญคือ เพื่อน คนในครอบครัว สังคมในระดับโรงเรียนและชุมชน ที่จะเชื่อมโยงกันในนิเวศสื่อทั้งในพื้นที่การสื่อสารดิจิทัลและพื้นที่ออนไลน์ คนในทุกช่วงวัยเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันและมีส่วนเสริมหรือลดความเป็นพลเมืองดิจิทัลได้ จึงควรเพิ่มมิติของการศึกษาระหว่างรุ่นวัยที่เชื่อมโยงว่าแต่ละรุ่นวัยมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างไรในการแก้ไขปัญหา หรือมีบทบาทอย่างไรในการสร้างเสริมความเป็นพลเมืองดิจิทัล โดยเฉพาะในด้านของการสร้างวัฒนธรรมออนไลน์ที่ตระหนักถึงความเคารพต่อตนเองและผู้อื่น และรู้จักปกป้องตนเองและผู้อื่น

**คำสำคัญ** การสื่อสารดิจิทัล การสื่อสารระหว่างรุ่นอายุ ความเป็นพลเมืองดิจิทัล รุ่นอายุ การรู้เท่าทันดิจิทัล

## Abstract

Under the changing media environment, people from different generations communicate and interact through the digital media space. However, each generation with common experiences from the time they grew up, holds some values and worldview which vary among different generations and which cause generational differences in communication. This article aims to understand these differences by reviewing and analyzing the concepts, theories, and published research papers, according to the concept of digital citizenship, to outline the current state of digital citizenship in each generation and to search for the knowledge gaps needed for decreasing the differences and developing digital citizenship among Thai people of all generations.

In summary, it is found that many previous studies have described the situation of digital citizenship in each generation in terms of education for self-improvement and relationships with others, with a special focus on digital literacy and digital communication. All generations have improved their level of media and digital literacy, but there are different levels of ability in each generation. Every generation faces different content problems, online risks, and perils.

Limited studies were found in two areas in digital citizenship in each generation. These were; 1) respect of self and others in the digital world and 2) protection of oneself and others. Some previous works have shown the problem of lack of digital citizenship of some generations in these two areas, such as cyber-bullying and hate speech. It is also found that each generation reflects differing offline outcomes.

Developing digital citizenship not only aims to build skills and competencies at an individual level, but also requires some “environmental factors”. These factors include friends, family members, society at school and community, who are from diverse generations but connected in the online and offline media platforms, can either enhance or reduce digital citizenship of each person. Therefore, the dimension of inter-generational communication should be considered in shedding light on how each generation participates in solving the problems of the communication gap and what role it plays in fostering digital citizenship, especially in creating a culture of respect and protection of self and others in the digital space.

Keywords: Digital communication, inter-generational communication, Digital citizenship, Generations, Digital literacy

## สารบัญ

หน้า

สารบัญ	ก
สารบัญตาราง	ข
1. บทนำ	1
2. ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship) แนวคิดสากลเพื่อการพัฒนาคนในยุคดิจิทัล	5
3. สภาพการณ์ปัจจุบันของความเป็นพลเมืองดิจิทัลในคนแต่ละรุ่นอายุ	7
3.1 คุณลักษณะความเป็นพลเมืองด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น	7
3.2 คุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการมีความเคารพต่อตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล	14
3.3 คุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่น	20
4. บทสรุป : ช่องว่างในการศึกษาการสื่อสาร “ระหว่างรุ่นอายุ” กับการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัล	21
บรรณานุกรม	24

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางแสดงการแบ่งรุ่นอายุ (เจนเนอเรชัน) ตามช่วงปีเกิดของแต่ละแนวคิด ทฤษฎี	3
2	ตารางแสดงสัดส่วนการมีและไม่มีอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ และร้อยละ ของคนในแต่ละรุ่นวัยต่อประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ	15

## 1. บทนำ

การพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และการสื่อสารมีความซับซ้อนมากขึ้น ผู้คนในโลกของการสื่อสารเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างหลากหลาย ทั้งสื่อเดิม (traditional media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ซึ่งผู้รับสารไม่อาจตอบโต้กับสื่อได้ทันทีทันใด และสื่อใหม่ที่พัฒนาไปตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและแนวทางการสื่อสารสมัยใหม่ที่เรียกว่า สื่อออนไลน์ (online media) สื่อสังคม (social media) ซึ่งกลายเป็นสื่อกลางระหว่างบุคคลที่มีส่วนร่วม สร้าง กระจาย แลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสารระหว่างกันได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตอบโต้ระหว่างกันได้ทันที (พจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสภา, 2563) นอกจากนี้ ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อแบบหลอมรวมที่เกิดการบรรจบกันระหว่างสื่อเดิมและสื่อใหม่ ทำให้เกิดผู้บริโภคและผู้ผลิตสื่อในคนเดียวกันหรือที่อัลวิน ทอฟเลอร์เรียกว่า ‘Prosumer’ ในปี ค.ศ.1980 (Ritzer et al., 2012) มีบทบาทในการสร้างและแลกเปลี่ยนเนื้อหาซึ่งไหลเวียนอยู่ในพื้นที่การสื่อสารทั้งสื่อเดิมและสื่อใหม่อย่างกว้างขวาง

ในระบบนิเวศสื่อ หรือ ระบบการสื่อสารที่มนุษย์ที่เป็นทั้งผู้ใช้สื่อและผู้สร้างเนื้อหาผ่านสื่อเป็นศูนย์กลางของระบบได้ถูกแวดล้อมและมีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยต่างๆ รวมถึง ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างคนหนึ่งกับบุคคลอื่นที่มีความแตกต่างกัน (ชัญญุตรา อรณพ ณ อยุธยา และคณะ, 2563) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บุคคลที่แตกต่างกันตามรุ่นอายุ หรือ เจเนอเรชัน (Generation) โดยผู้คนแต่ละรุ่นทางสังคม (social generation) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงเวลาเดียวกัน ที่เกิดและเติบโตท่ามกลางเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์และส่งผลให้เกิดลักษณะร่วมบางอย่าง มีค่านิยม แนวคิด พฤติกรรมคล้ายๆ กัน ตามแนวการศึกษาด้านเจเนอเรชันของแมนไฮม์ (Mannheim, 1927 อ้างถึงใน กรกมล ศรีวิวัฒน์, 2563)

ปัจจุบันภายใต้ระบบนิเวศสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ผู้คนทุกช่วงวัยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารกันอย่างกว้างขวางทั้งในกลุ่มรุ่นอายุเดียวกันและระหว่างรุ่นอายุ ทั้งจากสื่อเดิมและสื่อใหม่เพื่อวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย จากผลการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย พ.ศ.2562 (สำนักงาน กสทช., 2562) ซึ่งเน้นพฤติกรรมการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหว คือรายการโทรทัศน์ พบว่า ผู้รับชมรายการผ่านอุปกรณ์หลักคือ เครื่องรับโทรทัศน์ดิจิทัล (ร้อยละ 33.6) รองลงมาคือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ (ร้อยละ 27.2) เครื่องรับโทรทัศน์แอนะล็อก (ร้อยละ 20.1) และสมาร์ตทีวี (ร้อยละ 11.1) ตามลำดับ นอกจากนี้ หากพิจารณาตามรุ่นอายุจะพบว่า เจเนอเรชัน จี.ไอ. (G.I) นิยมการรับชมสดตามตารางที่ออกอากาศ รองลงมา เป็น เจเนอเรชัน เบบี้บูมเมอร์ (baby boomer) และ เจเนอเรชัน เอกซ์ (Gen X) และเจเนอเรชัน วาย (Gen Y) ตามลำดับ ส่วนกลุ่มเจเนอเรชัน แซด (Gen Z) เป็นกลุ่มที่รับชมรายการสดน้อยที่สุดในทางตรงกันข้าม เจเนอเรชัน แซด นี้เป็นกลุ่มที่รับชมย้อนหลังหรือตามความต้องการ (on demand) มากที่สุด และนิยมรับชมรายการละคร/ซีรีส์ และวาไรตี้ มากที่สุด กล่าวโดยสรุป คือ กลุ่มคนอายุ 57 ปีขึ้นไปโดยรวมยังบริโภคสื่อในรูปแบบดั้งเดิมค่อนข้างมาก แต่กลุ่มคนรุ่นใหม่มีการบริโภคสื่อหลากหลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะการเลือกรับสื่อตามความต้องการผ่านช่องทางออนไลน์

ในขณะที่พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละช่วงวัยก็มีความแตกต่างกันในแต่ละรุ่นอายุ โดยผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ.2564 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม [สพธอ], 2564) พบว่า ภาพรวมส่วนใหญ่มีการใช้อินเทอร์เน็ต เฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 36 นาที และด้วยสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ทำให้กลุ่มเจเนอเรชัน แซด (Gen Z) ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงที่สุดเป็นปีแรก โดยใช้เฉลี่ยวันละ 12 ชั่วโมง 5 นาที ส่วนใหญ่เป็นการเรียนออนไลน์ ดูรายการโทรทัศน์ ดูคลิป ดูหนัง ฟังเพลงออนไลน์ รองลงมาคือ เจเนอเรชัน วาย (Gen Y) ใช้



เฉลี่ยวันละ 11 ชั่วโมง 52 นาที เจเนอเรชัน เอกซ์ (Gen X) ใช้เฉลี่ยวันละ 9 ชั่วโมง 12 นาที และ เจเนอเรชัน เบบี้บูมเมอร์ (baby boomer) ใช้น้อยที่สุดเฉลี่ยวันละ 6 ชั่วโมง 21 นาที โดยภาพรวมของกิจกรรมออนไลน์ที่นิยมทำมากที่สุดคือ การติดต่อสื่อสาร จากมาตรการ Work from home รองลงมาคือ ดูรายการโทรทัศน์ ดูคลิป ดูหนัง ฟังเพลงออนไลน์ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมออนไลน์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2564 ที่ผ่านมาก็คือ การช่วยเรื่องการออกกำลังกาย ติดตามประเมินเกี่ยวกับสุขภาพ การสั่งอาหาร และการเข้าร่วมกลุ่มที่มีความสนใจเรื่องเดียวกัน อันเป็นผลมาจากมาตรการรักษาระยะห่างจากสถานการณ์โควิด-19 ที่กิจกรรมทางสังคมต่างๆ ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบออนไลน์

ดังจะเห็นได้ว่า คนในแต่ละรุ่นอายุมีกิจกรรมการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวันแบบหลอมรวมกันทั้งรูปแบบดั้งเดิมและรูปแบบออนไลน์ โดยมีความแตกต่างกันที่ระยะเวลาในการใช้ รวมถึง มีพฤติกรรมทางเลือกช่องทางสื่อดิจิทัลที่ตนเองถนัด ตามประสบการณ์ของคนแต่ละรุ่นอายุ อย่างไรก็ตาม ทุกกลุ่มรุ่นอายุก็ได้เข้ามาร่วมกันใช้ชีวิตและมีปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้นผ่านพื้นที่การสื่อสารดิจิทัลนี้ อาจรวมเรียกว่าเป็นรุ่นอายุแห่งดิจิทัล (digital generations) ซึ่งแบ่งกว้างๆ ได้เป็น 2 กลุ่มคือ (Chivers, 2021)

1) กลุ่ม Digital immigrants หมายถึง กลุ่มคนที่ไม่ได้เกิดในยุคดิจิทัลและมีการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีการสื่อสาร ได้แก่ เจเนอเรชัน ซิลেন্ট (silent) เจเนอเรชัน เบบี้บูมเมอร์ (baby boomer) และ เจเนอเรชัน เอกซ์ (Gen X)

2) กลุ่ม Digital Natives หมายถึงกลุ่มคนที่เกิดในยุคดิจิทัล ใช้ชีวิตในโลกเทคโนโลยีได้ ได้แก่ เจเนอเรชัน วาย (Gen Y) เจเนอเรชัน แซด (Gen Z) และ เจเนอเรชัน อัลฟา (Gen Alpha)

อีกทั้ง อาจมีความแตกต่างกันในกลุ่มของแต่ละรุ่นวัยเองจากการเข้าถึงหรือความสามารถในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลที่แตกต่างกันด้วย เช่น คนในรุ่นเบบี้บูมเมอร์บางกลุ่มก็สามารถใช้สื่อดิจิทัลได้คล่องแคล่วกว่าคนในรุ่นเดียวกันบางกลุ่ม เป็นต้น

ทั้งนี้ การแบ่งเจเนอเรชันใช้ช่วงเวลาปีเกิดเป็นตัวกำหนดรุ่น ตามทฤษฎีเจเนอเรชัน (Strauss & Howe, 2007 อ้างถึงใน โครงการสุขภาพคนไทย, 2559) และแนวคิดพิกัดรุ่นอายุ (generation location) ของแมนไฮม์ (Mannheim, 1927) นั้นจะช่วยให้ทำความเข้าใจของพฤติกรรม ความรู้สึก และความคิดของแต่ละรุ่นอายุ อันเป็นผลมาจากการได้รับการหล่อหลอมทางสังคม การรับรู้ประสบการณ์ร่วมกันของคนในช่วงอายุใกล้เคียงกัน แต่ทั้งนี้คนในรุ่นอายุเดียวกันก็อาจมีลักษณะแนวคิดพฤติกรรมที่ต่างกันได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นด้วย เช่น ชนชั้นทางสังคม การศึกษา การเลี้ยงดู วัฒนธรรม เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังพบว่า มีแนวทางที่หลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละการศึกษา ดังยกตัวอย่างตามตารางที่ 1 ที่แสดงให้เห็นถึงช่วงปีที่คนแต่ละรุ่นอายุเกิดตามทฤษฎีเจเนอเรชัน (Strauss & Howe, 2007 อ้างถึงใน โครงการสุขภาพคนไทย, 2559; ภูเบศร์ สมุทรจักร, 2563) งานวิจัยทางการตลาด (Fromm and Read, 2018; Kitchen and Proctor, 2015) งานวิจัยขององค์กร Pew Research (Dimock, 2019) และ งานวิจัยสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย (สพธอ, 2564) จะเห็นได้ว่า เจเนอเรชันซิลেন্ট เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ เจเนอเรชันเอกซ์ มีช่วงเวลาแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยในแต่ละงาน ส่วนเจเนอเรชันวาย และเจเนอเรชันแซด เป็นรุ่นที่คาบเกี่ยวกันในงาน ส่วนเจเนอเรชันอัลฟานั้นปีที่เริ่มต้นของรุ่นอายุชัดเจนคือปีไอแพดจำหน่ายเป็นปีแรก

ตารางที่ 1 แสดงการแบ่งรุ่นอายุ (เจเนอเรชัน) ตามช่วงปีเกิดของแต่ละแนวคิด ทฤษฎี

	เจนไซเลนต์	เจนเบบี้บูมเมอร์	เจนเอกซ์	เจนวาย	เจนแซด	เจนอัลฟา
ทฤษฎีเจเนอเรชัน (Generation theory)	ค.ศ.1925-1942 พ.ศ.2468-2485	ค.ศ. 1943-1960 พ.ศ. 2486-2503	ค.ศ.1961-1981 พ.ศ.2504-2524	ค.ศ.1982-2005 พ.ศ.2525-2548	ค.ศ.2004-2023 พ.ศ.2547-2566	
Fromm & Read (2018)	ค.ศ.1925-1945 พ.ศ. 2468-2488	ค.ศ.1946-1964 พ.ศ. 2489-2507	ค.ศ.1965-1978 พ.ศ. 2508-2521	ค.ศ.1979-1995 พ.ศ. 2522-2538	ค.ศ.1996-2010 พ.ศ. 2539-2553	
Kitchen & Proctor (2015)			ค.ศ.1965-1980 พ.ศ.2508-2523	ค.ศ.1981-1995 พ.ศ.2524-2538	ค.ศ.1996 (พ.ศ. 2538) เป็นต้นไป	
Dimock (2019)	ค.ศ.1928-1945 พ.ศ. 2471-2488	ค.ศ.1946-1964 พ.ศ. 2489-2507	ค.ศ.1965-1980 พ.ศ.2508-2523	ค.ศ.1981-1996 พ.ศ.2524-2539	ค.ศ.1997-2012 พ.ศ.2540-2555	
สพธอ. (2564)		ค.ศ.1946-1964 พ.ศ. 2489-2507	ค.ศ.1965-1980 พ.ศ.2508-2523	ค.ศ.1981-2000 พ.ศ.2524-2543	ค.ศ.2001-2010 พ.ศ.2544-2553	ค.ศ.2011 (พ.ศ.2554) เป็นต้นไป

บทความนี้จึงกำหนดช่วงปีเกิดของแต่ละรุ่นอายุตามแนวทางของทฤษฎีเจเนอเรชันเพื่อใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์การสื่อสารในพื้นที่ดิจิทัลของแต่ละรุ่นอายุ และใช้ช่วงเวลาปีเกิดตามแนวทางของ สพธอ. (2564) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางที่ดำเนินการสำรวจพฤติกรรมการสื่อสารดิจิทัลของคนในประเทศไทย ดังนี้

- 1) กลุ่ม Digital immigrants ประกอบด้วย
  - เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby boomer) เกิดช่วง พ.ศ.2489-2507
  - เจเนอเรชันเอกซ์ (Gen X) เกิดช่วง พ.ศ.2508-2523
- 2) กลุ่ม Digital Natives ประกอบด้วย
  - เจเนอเรชันวาย (Gen Y) เกิดช่วง พ.ศ. 2524-2543
  - เจเนอเรชันแซด (Gen Z) เกิดช่วง พ.ศ. 2544-2553
  - เจเนอเรชันอัลฟา (Gen Alpha) เกิดช่วง พ.ศ.2554 เป็นต้นไป

อย่างไรก็ดี แม้คนใน Digital generations ทั้งสองกลุ่มจะใช้และมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารผ่านพื้นที่ดิจิทัลเหมือนกัน ทว่าแต่ละรุ่นอายุก็มียุทธศาสตร์ คุณลักษณะนิสัย การให้คุณค่า มุมมองที่มีต่อโลก แตกต่างกันตามช่วงเวลาเติบโตมา (Sivricova and Moiseeva, 2018) จึงทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างรุ่นในพื้นที่การสื่อสารด้วย

หากพิจารณาในแต่ละกลุ่มจะพบว่า คนในกลุ่ม Digital immigrants นั้นเติบโตมาในสื่อยุคแอนะล็อก ที่มีโครงสร้างแนวตั้ง สื่อสารทางเดียว เอื้อต่อการโฆษณาชวนเชื่อ เนื้อหาผ่านการคัดกรองโดยนายทวารข่าวสาร (gate keeper) ในสื่อต่างๆ ที่มีอยู่จำนวนไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นสื่อที่อยู่ภายใต้อำนาจรัฐ อำนาจทุน คนกลุ่มนี้ในเจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์จะถูกเรียกว่าเป็นกลุ่ม “ผู้ชมทีวี” ส่วนเจเนอเรชันเอกซ์เริ่มใช้คอมพิวเตอร์

ตั้งโต๊ะ อีเมล เริ่มรับความบันเทิงจากเคเบิลทีวี (สุกัญญา สุตบรรทัด, 2561) เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์มีคุณลักษณะสำคัญคือ มีความทุ่มเทชีวิตให้กับการทำงาน สู้งาน อดทน ชอบงานที่มั่นคง รักติดต่อองค์กรให้ความสำคัญกับการทำหน้าที่พลเมือง ส่วนเจเนอเรชันเอกซ์จะมีคุณลักษณะและการให้คุณค่าที่สำคัญคือไม่ชอบความเป็นทางการ ให้ความสำคัญกับสมดุลชีวิต ชอบงานท้าทายและได้ความรู้ใหม่ ชอบช่วยเหลือสังคมด้วยการเป็นอาสาสมัคร (โครงการสุขภาพคนไทย, 2559)

ส่วนคนในกลุ่ม Digital natives นั้นอยู่ในยุคสมัยการเปลี่ยนแปลงจากเทคโนโลยีสื่อ เด็บโตมาในสื่อยุคดิจิทัล มีโครงสร้างแวนอน ลักษณะเครือข่าย เอื้อต่อการสนทนา เนื้อหาเจาะกลุ่มเป้าหมาย มีเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งาน (user-generated content) เกิดความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างคนที่ไม่รู้จักกันในเครือข่ายและการร่วมส่งเสียงในโลกออนไลน์เพื่อเรียกร้องบางอย่าง (สุกัญญา สุตบรรทัด, 2561) โดยคนในเจเนอเรชันวาย มีความคิดสร้างสรรค์ ทำหลายสิ่งได้ในเวลาเดียวกัน มุ่งมั่นแต่ไม่ค่อยอดทน ทำงานเป็นทีมเก่ง ไม่ชอบเสียง (โครงการสุขภาพคนไทย, 2559) ด้านการใช้สื่อ กลุ่มเจนวายสามารถใช้งานสื่อได้ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ชอบการเรียนรู้ และมีความท้าทายต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี เป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากกว่าเจนอื่น ทำให้เป็นเป้าหมายหลักของการตลาดและสื่อ (กุลภัสสร กาญจนภรกร, 2561) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันข้ามพรมแดนผ่านอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม (social media) มีประสบการณ์ การใช้สื่อและหลากหลาย เป็นกลุ่มผู้สร้างเนื้อหาในสื่อกลุ่มหลัก เจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันเอกซ์เป็นกลุ่มคนในวัยทำงานที่เป็นพลเมืองกลุ่มที่มีพลังในการขับเคลื่อนสังคมที่สำคัญ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (วิโรจน์ สุทธิสีมา และคณะ, 2562)

สำหรับเจเนอเรชันแซต เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เติบโตในช่วงที่โลกกำลังเผชิญหน้ากับความท้าทาย เช่นภัยจากการก่อการร้าย ความกังวลเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจถดถอย รวมถึงเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถสร้างผลงานด้วยตัวเองโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มักจะรู้จักกันว่าเป็นคนที่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีสูง (tech savvy) เชื่อมโยงกับสังคมโลกผ่านอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม เห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลายจากทุกมุมโลก (ฐริตา สายะวารานนท์ และ ปณิตา วรรณพิรุณ, 2561) กลุ่มนี้ใช้สื่อสังคมในการแสดงตัวตนให้เป็นที่รู้จักในสังคม รักษาความสัมพันธ์กับบุคคล ใช้เชื่อมโยงความสนใจเกิดเป็นเครือข่ายและตอบสนองต่อความสนใจใคร่รู้ และความบันเทิงที่ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ แต่ก็มีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบในด้านลบอันได้แก่ในการติดสื่อสังคม เกิดผลกระทบต่อสมอง สุขภาพกาย สุขภาพจิต รวมถึงผลกระทบทางสังคมจากภัยซึ่งมีที่มาจากการใช้สื่อสังคม (บุษบา สุธีธร, 2564) ส่วนเจนอัลฟานั้น เกิดและโตมาพร้อมเทคโนโลยี คุ้นเคยกับอุปกรณ์ดิจิทัลตั้งแต่เด็ก เกิดในสภาพแวดล้อมทางการสื่อสารที่เทคโนโลยีพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดด (โครงการสุขภาพคนไทย, 2559)

ความแตกต่างระหว่างรุ่นอายุดังกล่าวข้างต้นเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างรุ่นอายุจากการทบทวนงานศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารระหว่างรุ่นอายุ (inter-generational communication) ที่ผ่านมาของ Sivricova and Moiseeva (2018) สะท้อนว่าปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างคนต่างวัยมีความเข้มข้นขึ้นเนื่องจากการขาดความเห็นอกเห็นใจระหว่างกันและความเข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับวิถีชีวิตของแต่ละรุ่นวัย เพราะมีการรับรู้ภาพเหมารวมเกี่ยวกับคุณค่านิยัยของกลุ่มคนแต่ละวัย นอกจากนี้ การศึกษาที่ผ่านมาได้สนใจศึกษาความแตกต่างด้านการสื่อสารระหว่างรุ่นอายุ ใน 2 ประเด็นหลักคือ การสนทนา (dialogue) ระหว่างรุ่นวัย และ ความขัดแย้งหรือช่องว่าง (conflict/gap) ระหว่างรุ่นวัย ในบริบทครอบครัวและการทำงาน แต่ยังคงเป็นพื้นที่ใหม่ที่ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้น

บทความนี้จึงมุ่งที่จะทำความเข้าใจความแตกต่างด้านการสื่อสารของคนแต่ละรุ่นอายุของไทยผ่านมุมมองของ “ความเป็นพลเมืองดิจิทัล” (digital citizenship) เพื่อฉายภาพให้เห็นถึงสภาวะการณปัจจุบันของความเป็นพลเมืองดิจิทัลในคนแต่ละรุ่นอายุ และปฏิสัมพันธ์อันเกิดขึ้นจากการสื่อสารดิจิทัลระหว่างรุ่นอายุ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันของความสามารถและคุณค่าความเป็นพลเมือง รวมถึงสะท้อนให้เห็นความแตกต่างนั้นได้นำไปสู่ปัญหาด้านการสื่อสารอะไรบ้าง นอกจากนี้ การวิเคราะห์ผ่านมุมมองของความเป็นพลเมืองดิจิทัลนี้เอง จะช่วยให้เห็นโอกาสและช่องว่างการวิจัยที่จำเป็นสำหรับการลดความแตกต่างและแนวทางการพัฒนาคนในทุกุ่นอายุในสังคมไทยให้มีความเป็นพลเมืองดิจิทัลที่พร้อมจะอยู่ร่วมกันและสื่อสารอย่างสร้างสรรค์

## 2. ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship) แนวคิดสากลเพื่อการพัฒนาคนในยุคดิจิทัล

ความเป็นพลเมืองดิจิทัล เป็นแนวคิดที่ว่าด้วยพลเมืองดิจิทัล หรือ ผู้คนที่ใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสม่ำเสมอและอย่างมีประสิทธิภาพ (Mossberger, Tolbert & McNeal, 2007) ซึ่งมีความสามารถในการสื่อสารและมีส่วนร่วมในนิเวศสื่อดิจิทัล อย่างมีวิจารณญาณ มีทักษะในการสื่อสารและผลิตสารอย่างสร้างสรรค์ สร้างผลในเชิงบวก มีส่วนร่วมทางสังคมด้วยการใช้เทคโนโลยีด้วยความรับผิดชอบ เคารพสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (Council of Europe [COE], n.d.) รวมถึง มีบรรทัดฐานในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอย่างเหมาะสมและรับผิดชอบ ตระหนักว่าการกระทำของเรามีผลกระทบต่อผู้อื่น มีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างประโยชน์ และเป็นผู้นำและช่วยเหลือผู้อื่นในการสร้างประสบการณ์ทางดิจิทัลในเชิงบวก และ (Ribble, 2019)

ในบริบทของไทย ความเป็นพลเมืองดิจิทัลนั้น กาญจนา เดชสม และ รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ (2564) ระบุว่า ความเป็นพลเมืองดิจิทัลในศตวรรษที่ 21 นั้นแตกต่างจากความเป็นพลเมืองในศตวรรษก่อนหน้า การใช้ชีวิตในสังคมโลกและในสังคมออนไลน์ได้ขยายขยายแนวคิดความเป็นพลเมืองออกไป โดย Dhamanitayakul and Biggins (2019) ได้ให้คำอธิบายความเป็นพลเมืองดิจิทัลในบริบทของประเทศไทยเพิ่มเติมไว้ว่าเป็น แนวคิดในการปฏิบัติต่อสังคมในโลกดิจิทัลที่เชื่อมต่อไปยังโลกกายภาพ ด้วยความมีมนุษยธรรม เคารพสิทธิและความแตกต่างหลากหลายของผู้อื่น มีจริยธรรม มีทักษะทางดิจิทัลเพื่อเป็นผู้ที่มีทักษะหลากหลายทางอาชีพ และมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ตนเองรวมถึงใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของตนเองได้อย่างเหมาะสมในฐานะคนไทย นอกจากนี้ควรใช้ประโยชน์จากบริบททางดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้วยความเป็นพลเมืองที่ตื่นรู้ซึ่งสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขด้วยความมีจิตสาธารณะและเป็นตัวแทนของการเปลี่ยนแปลงสังคมดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์

กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ในบทความนี้จะพิจารณาจากมิติของความเป็นพลเมืองดิจิทัล 9 ด้านที่ Ribble (2020) ได้เสนอไว้ซึ่งจัดกลุ่มได้เป็น 3 กลุ่ม และแต่ละมิติมีความหมายและขอบเขตที่ประมวลจากงานศึกษาต่างประเทศและประเทศไทย (Dhamanitayakul and Biggins, 2019; Ribble, 2020; วรณการและคณะ, 2563) ดังนี้

## 1. การศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Education)

1.1 การรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) : ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมินค่า ข้อมูลข่าวสารในโลกดิจิทัลได้ ส่งต่อข้อมูลข่าวสารหรือเรื่องราวต่างๆ ทางดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม รวมถึงสามารถมีส่วนร่วมสร้างสรรค์สารสนเทศในสื่อดิจิทัลเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองหรือสังคมได้

1.2 การสื่อสารดิจิทัล (digital communication) : ความสามารถในการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารดิจิทัลให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ต่างกัน ประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารในโลกดิจิทัลได้ สื่อสารด้วยการเคารพและให้เกียรติ ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างได้

1.3 การทำธุรกรรมพาณิชย์ทางดิจิทัล (digital commerce) : ความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลในการซื้อสินค้าได้ด้วยความปลอดภัย ระวังภัย มีการตรวจสอบแหล่งที่มาและความน่าเชื่อถือของสินค้าในการตัดสินใจ รวมถึง ใช้และตรวจสอบข้อมูลในกระบวนการซื้อขายทางออนไลน์ได้ รวมถึงมีความสามารถขายสินค้าหรือประกอบการทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างเหมาะสม ถูกต้องตามกฎหมายและรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

## 2. การมีความเคารพต่อตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (Respect)

2.1 การเข้าถึงดิจิทัลอย่างเสมอภาค (digital access) : การมีอุปกรณ์และการเชื่อมต่อรู้ความต้องการและสิทธิ ความรับผิดชอบต่อในการเข้าถึง ตระหนักว่าไม่ใช่ทุกคนที่จะเข้าถึงอย่างเสมอภาค หากใครเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากควรใช้เพื่อช่วยเหลือผู้อื่นที่เข้าถึงไม่ได้

2.2 มารยาทในการใช้งานดิจิทัล (digital etiquette) : การรู้จักกาลเทศะในการใช้งานหรือสื่อสาร ใช้ภาษาสุภาพ สร้างเนื้อหาที่ไม่ก่อให้เกิดการทำร้ายจิตใจ/อารมณ์ ควบคุมอารมณ์ได้เมื่อเผชิญกับการสนทนาที่ทำให้ไม่พอใจ ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อคนอื่นจากการแสดงออกในพื้นที่ออนไลน์ของตน มีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่นในโลกออนไลน์ แสดงน้ำใจและการเอาใจใส่ผู้อื่นในโลกออนไลน์ (digital empathy)

2.3 กฎหมายดิจิทัล (digital law) : ความเข้าใจและสื่อสารในโลกดิจิทัลอย่างถูกกฎหมาย มีจริยธรรมพื้นฐานในการผลิตสื่อข้อมูลข่าวสารตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับและหลีกเลี่ยงการเผยแพร่ข้อมูลเท็จ หลีกเลี่ยงการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา หลีกเลี่ยงการขโมยความคิดหรือผลงานของผู้อื่นทางดิจิทัลมาเป็นของตนเอง ต้องอ้างอิงถึงหากมีการนำผลงานของผู้อื่นมาเผยแพร่ในงานของตน

## 3. การปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่น (protect)

3.1 สิทธิและความรับผิดชอบต่อทางดิจิทัล (digital rights and responsibilities) : รู้ขอบเขตของสิทธิและเสรีภาพในการแสดงออกในโลกดิจิทัล รับผิดชอบต่อการแสดงออก ปกป้องและเคารพสิทธิและความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น ไม่นำข้อมูลส่วนตัวของผู้อื่นไปเผยแพร่โดยไม่รับอนุญาต ตระหนักถึงการไม่ทิ้งรอยเท้าดิจิทัลใดๆ ไว้ อันจะนำความเสี่ยงมาสู่ตนเองและผู้อื่น

3.2 สุขภาพกายและใจทางดิจิทัล (digital health and wellness) : เลือกใช้อุปกรณ์ โปรแกรม และข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพกายและใจ หลีกเลี่ยงการใช้สื่อดิจิทัลและการเข้าถึงเนื้อหาที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพกายใจ จัดสรรเวลาและคงความสมดุลในการใช้ชีวิตโลกออนไลน์กับโลกกายภาพ

3.3 การรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล (digital security) : ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล เข้าถึงข้อมูลด้วยความรอบคอบและระมัดระวัง ปกป้องความเสี่ยงที่มาจากการใช้ระบบและอุปกรณ์ดิจิทัลได้ รวมถึงการรักษาความปลอดภัยในการใช้ดิจิทัล เช่น การจัดการหรือรับมือกับปัญหาการถูกกลั่นแกล้งในโลกออนไลน์ และไม่เป็นผู้กลั่นแกล้งคนอื่นออนไลน์ อีกทั้งมีความสามารถในการจัดการอัตลักษณ์ทางดิจิทัลของตน กล่าวคือ สร้างข้อมูลส่วนตัวทางดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลลึกซึ้งอ่อนไหวมากเกินไปในโลกออนไลน์ หรือเปิดเผยด้วยความระมัดระวัง

### 3. สภาพการณ์ปัจจุบันของความเป็นพลเมืองดิจิทัลในคนแต่ละรุ่นอายุ

#### 3.1 คุณลักษณะความเป็นพลเมืองด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น

จากการศึกษาที่ผ่านมาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนไทยในหลากหลายรุ่นอายุ พบว่า คุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น ได้แก่ การรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) การสื่อสารดิจิทัล (digital communication) และ การทำธุรกรรมพาณิชย์ทางดิจิทัล (digital commerce) มีลักษณะดังต่อไปนี้

#### ความสามารถในการรู้เท่าทันดิจิทัลของแต่ละรุ่นอายุ

การรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) นั้นพัฒนาต่อเนื่องมาจากแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (media and information technology) จึงมีงานวิชาการที่สนใจศึกษาเพื่อทำความเข้าใจว่าระดับของสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ และรู้เท่าทันดิจิทัลของคนไทยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน ในภาพรวมนั้น จากการสังเคราะห์งานวิจัยช่วงปี พ.ศ.2551-พ.ศ.2560 ของ ชันธุสรา อรรถพ ฒ อยุธา และคณะ (2563) พบว่า สื่อออนไลน์มีส่วนเพิ่มความสามารถของบุคคลในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อ รวมถึงเสริมพลังในการสร้างสรรค์สื่อและการมีส่วนร่วมให้กับผู้ใช้สื่อได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม งานศึกษาส่วนใหญ่ในช่วง 10 ปีดังกล่าว สะท้อนว่าทักษะการรู้เท่าทันสื่อและการมีส่วนร่วมที่คนไทยมีอยู่จำกัดคือ ทักษะในการวิเคราะห์ ติความและประเมินคุณค่าของสื่อ และทักษะการมีส่วนร่วมในการสื่อสารและใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ รวมถึง ขาดความตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ ถึงบทบาทหน้าที่ของความเป็นพลเมืองในสังคมไทย

ต่อมาภายหลัง พ.ศ.2560 การศึกษาและสำรวจเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (media and information technology) และการรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy) พบแนวโน้มที่ดีขึ้นของทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลของคนไทยทุกรุ่นอายุในภาพรวม โดยจากผลการสำรวจในปี พ.ศ.2562 (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ [สดช], 62) และปี พ.ศ.2563-64 (กองทุน

พัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) พบว่า สถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (media and information technology) ของคนไทยอยู่ในระดับดี ทั้งสมรรถนะหลักในด้านการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์ และประเมินค่า และการสร้างสื่อ

ส่วนสถานภาพการรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy) นั้น จากการสำรวจในปี พ.ศ.2562 (สดช, 62) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับพื้นฐาน และมีสมรรถนะหลักที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ การสื่อสาร การรู้เท่าทันสื่อ แนวปฏิบัติในสังคมดิจิทัล สุขภาพดียุคดิจิทัล ต่อมาในปี พ.ศ.2563 พนม คลีฉายา (2563) พบว่า ความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ยังคงอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านความเข้าใจตัวบทของสื่อสังคมออนไลน์ (Media Text Understanding) และ ด้านการติดต่อสื่อสารทางสังคม (Social Communication) ต่อมาในปี พ.ศ.2564 Eaujarusphan (2021) พบว่า การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของคนไทยทั้งเจนเนอเรชันเอกซ์ วายและแซดนั้น อยู่ในระดับสูง โดยด้านที่อยู่ในระดับสูงที่สุดคือ ความสงสัยในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและมีการค้นหาตรวจสอบจากแหล่งข้อมูลมากกว่า 2 แหล่งก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อถือข้อมูลนั้น

เมื่อพิจารณาถึงสภาวะการณ์ของการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (media and information technology) และการรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy) ของแต่ละรุ่นอายุ พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชันวายและเอกซ์มีความคล้ายคลึงกัน และเป็นกลุ่มที่มีงานสนใจศึกษาในประเด็นแบบเจาะกลุ่มยังไม่มาก ในขณะที่ กลุ่มเจนเนอเรชันแซดและเบบี้บูมเมอร์นั้น มีงานสนใจศึกษาเกี่ยวกับประเด็นการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลมากกว่า รวมถึง พบปัญหาและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อของแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน ดังนี้

กลุ่มเจนเนอเรชันวายและเอกซ์ กลุ่มรุ่นอายุนี้มีการพัฒนาความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศและการรู้เท่าทันดิจิทัลที่ดีขึ้น โดยในปี พ.ศ.2562 จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งมีความสามารถดังกล่าวในระดับพื้นฐานและปรับปรุงที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในเจนเนอเรชันอื่นๆ (สดช, 62) แต่ต่อมาในปี พ.ศ.2564 การสำรวจพบว่า ทั้งสองเจนเนอเรชัน (อายุระหว่าง 21-50 ปี) มีสถานภาพการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในกลุ่มที่ได้ระดับดี (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) อย่างไรก็ตาม การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์นั้น กลุ่มเจนเนอเรชันวายจะพบเจอความเสี่ยงมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในเกือบทุกเรื่อง อาทิ การถูกบังคับให้กรอกข้อมูลส่วนตัวเมื่อสมัครใช้งานเพจหรือเข้ากลุ่มออนไลน์ การถูกเชิญในเข้าร่วมเล่นหุ้นกับเว็บไซต์ต่างๆ การสั่งซื้อสินค้าแล้วได้ของไม่มีคุณภาพ การถูกชักชวนให้เป็นสมาชิกเพจหรือกลุ่มพนัน บ่อนออนไลน์ ส่วนเจนเนอเรชันเอกซ์นั้นจะพบเจอความเสี่ยงจากการถูกหลอกลวงจากคนแปลกหน้ามากกว่ากลุ่มรุ่นวัยอื่น (พนม คลีฉายา, 63)

ในกลุ่มเจนเนอเรชันแซด กลุ่มรุ่นอายุนี้มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศและการรู้เท่าทันดิจิทัลในระดับที่ดีมาตลอด ตั้งแต่ปี พ.ศ.2562 จากการสำรวจพบว่า มีสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยกว่าทุกเจนเนอเรชันที่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศและการรู้เท่าทันดิจิทัลในระดับพื้นฐานและปรับปรุง (สดช. 62) ในปี พ.ศ.2564 พบว่า เจนเนอเรชันแซดมีระดับความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ในระดับสูงใกล้เคียงกับเจนเนอเรชันเอกซ์และวาย (Eaujarusphan, 2021) อย่างไรก็ตาม เจนเนอเรชันแซดเป็นกลุ่มที่พบเจอ

ความเสี่ยงเรื่องข่าวปลอม และการถูกกลั่นแกล้งออนไลน์ มากกว่ากลุ่มรุ่นอายุอื่น (พนม คลีฉายา, 2563) นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงจากการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมอื่นๆ อีกด้วย อาทิ เนื้อหาเรื่องเพศซึ่งเป็นการเข้าถึงโดยบังเอิญ (มนวิภา วรจรีระ, 2561) เนื้อหาความรุนแรง การพนัน และเนื้อหาลามกอนาจาร ซึ่งเยาวชนกลุ่มเจนเอเรชันแซดเปิดรับเนื้อหาเหล่านี้เพราะความอยากรู้อยากเห็น ความบันเทิง ถูกชักชวน และเพราะเป็นเนื้อหาที่ส่งต่อกันมา นอกจากนี้เปิดรับแล้วยังเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมนั้นด้วย เพราะเป็นเนื้อหาที่เป็นไวรัล หรือเป็นเพราะความศรัทธาและความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ รวมถึง ประเด็นเยาวชนใช้สื่อออนไลน์ไลฟ์สด (live) กิจกรรมการมีเพศสัมพันธ์ของตนอีกด้วย นอกจากนี้ ปัญหาการกระชากทางไซเบอร์ (cyberbullying) การทำตัวเป็นอันพาล (troll) และการแสดงความคิดเห็นโดยใช้วาจาหยาบคายและรุนแรงในสื่อเครือข่ายสังคม โดยเฉพาะในเฟซบุ๊ก ก็เป็นปัญหาหรือความเสี่ยงที่พบได้มากในการใช้สื่อของเจนเอเรชันนี้ (นุติ หนูไพโรจน์ และ ชวพร ธรรมนิทยกุล, 2563)

กลุ่มเจนเอเรชันเบบี้บูมเมอร์ กลุ่มรุ่นอายุนี้เป็นเจนเอเรชันเดียวที่มีสถานภาพการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในกลุ่มที่ได้ระดับพื้นฐานซึ่งน้อยกว่ารุ่นอายุอื่น (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564) แต่เนื่องจากยังเข้าถึงสื่อออนไลน์ไม่มากจึงพบเจอความเสี่ยงจากใช้สื่อสังคมออนไลน์น้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มเจนเอเรชันอื่นๆ รูปแบบความเสี่ยงที่พบ เช่น การเชิญเข้ากลุ่มไลน์เล่นหวย กลุ่มแชร์ออนไลน์ ได้รับเนื้อหาที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพที่ส่งต่อกันมาแต่อาจไม่ถูกต้อง (พนม คลีฉายา, 2563) สอดคล้องกับ พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์และคณะ (2562) ที่พบความเสี่ยงในกลุ่มวัยนี้ที่จะได้ผลกระทบจากข่าวลวง ข่าวหลอกได้ง่าย เพราะมักจะเชื่อข้อมูลที่ผู้อื่นแชร์มาทางสื่อออนไลน์และเป็นการเชื่อแบบไม่มีเหตุผล ให้ความเชื่อถือหากเป็นข้อมูลที่ถูกระบุมาจากคนที่รัก กลุ่มเพื่อน หรือคนที่เชื่อถือกันอยู่แล้ว ประกอบกับผู้สูงอายุมีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมน้อย ขาดการวิเคราะห์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา นั้น จิราณีย์ พันมูล และประพันธ์ โพธิ์พูลพรหม (2564) พบว่า คนกลุ่มนี้มีการรับและส่งต่อข้อมูลข่าวสารมากขึ้นกว่าในสถานการณ์ปกติ และมักจะมองข้ามการพิจารณาความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร

โดยภาพรวมในพื้นที่การสื่อสารของทุกรุ่นอายุ นั้น ปัญหาด้านเนื้อหา ความเสี่ยงและภัยออนไลน์ ที่เป็นมลภาวะในระบบนิเวศสื่อมาตลอด ได้แก่ ปัญหาการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมเกินจริงและรบกวนใจ เนื้อหาลามก และความรุนแรง ทั้งในสื่อเดิมต่อเนื่องมาถึงสื่อใหม่ในพื้นที่ออนไลน์ (ชนัญสุรา อรณพ ฌ อยุธยา และคณะ, 2563; พนม คลีฉายา, 2563; สพธอ, 2564) นอกจากนี้ ยังมีความเสี่ยงที่ผู้ใช้สื่อทุกรุ่นอายุพบเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ปัญหาข่าวปลอม ข้อมูลสุขภาพที่ไม่จริง หวยและการพนันออนไลน์ (พนม คลีฉายา, 2563) ปัญหาต่างๆ เหล่านี้หากผู้ใช้สื่อขาดความรู้เท่าทันก็อาจจะเกิดผลกระทบทางลบต่อตนเอง รวมถึงคนรอบข้างที่อยู่ต่างรุ่นอายุกันได้

#### การส่งเสริมการรู้เท่าทันดิจิทัลลดภัยความสับสนระหว่างรุ่นวัย

การพัฒนาสมรรถนะและทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลนอกจากปัจจัยส่วนบุคคลแล้วยังมีปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (ชนัญสุรา อรณพ และคณะ, 2563) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมประการหนึ่ง คือ ปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารกันระหว่างรุ่นวัย เนื่องจาก แต่ละรุ่นวัยต่างก็แวดล้อมอยู่ในพื้นที่การสื่อสาร



ของกันและกันไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างคนในครอบครัว การสื่อสารในสถานศึกษาหรือสถานที่ทำงาน การสื่อสารในสื่อออนไลน์

ในบริบทความสัมพันธ์ระหว่างเด็กและเยาวชนในเจนเนอเรชันแซต กับพ่อแม่ผู้ปกครองและครูอาจารย์ ในเจนเนอเรชันเอกซ์หรือวัยนั้น ในกลุ่มเด็กระดับมัธยมและปริญญาตรีจะมีการคัดกรองเนื้อหาด้วยตนเองมากขึ้นแต่ก็ยังมีการทำตามคำแนะนำของครูและผู้ปกครองอยู่ในการใช้สื่อออนไลน์ ในขณะที่เด็กระดับประถม พ่อแม่ผู้ปกครองและครูจะมีส่วนสำคัญอย่างมากในการคัดกรองการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และดูแลการใช้สื่อออนไลน์ให้มีความสมดุล โดยใช้วิธีต่างๆ เช่น ตักเตือน กำหนดช่วงเวลา ระยะเวลาหรือเงื่อนไข และหา กิจกรรมอื่นเสริม เป็นต้น ในขณะที่เดียวกัน พ่อแม่ผู้ปกครองก็อาจจะต้องอาศัยลูกช่วยในการเข้าถึงเทคโนโลยีด้วย ดังนั้น หากผู้ใหญ่ขาดความรู้เท่าทันดิจิทัลก็จะทำให้การป้องกันลูกหลานเป็นไปได้ยาก (มนวิภา วงจรจิระ, 2561)

ส่วนบริบทความสัมพันธ์ระหว่างเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์กับคนในครอบครัวซึ่งก็อาจจะมีคนในหลายๆ เจนเนอเรชันตามขนาดของแต่ละครอบครัว หากผู้สูงอายุกับสมาชิกในครอบครัวการมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารกันมากก็จะช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลโดยรวมเพิ่มขึ้นมากไปด้วย และคนในครอบครัวที่แวดล้อมผู้สูงอายุจะมีความสำคัญในการเฝ้าระวังภัยออนไลน์ให้ผู้สูงอายุได้ ควรมุ่งช่วยให้ผู้สูงอายุใช้สื่ออย่างปลอดภัยได้ด้วยตนเอง (อริษา วุฒิรังษี, 2561) ในบางครั้งผู้สูงอายุมักจะถูกลูกหลานปฏิเสธการสอนให้ใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร และถูกตำหนิ ในความไม่รู้เรื่องซ้ำ แต่ผู้สูงอายุก็ยังมีความคิดเห็นว่าลูกหลานมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้เท่าทันสื่อแก่ผู้สูงอายุ และการสอนจากลูกหลานก็เป็นปัจจัยเสริมประการหนึ่งที่ทำให้ผู้สูงอายุสามารถใช้เทคโนโลยีเสริมสร้างผลิตผลได้ (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์ และคณะ, 2562)

ดังจะเห็นได้ว่า การพัฒนาสมรรถนะและทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลของเจนเนอเรชันแซต (รุ่นลูก) กับเจนเนอเรชันเอกซ์หรือวัย (รุ่นพ่อแม่และครู) มีความเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน หากกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งขาดความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลก็อาจส่งผลกระทบเป็นปัญหาที่ตามมาจากการไม่รู้เท่าทันสื่อได้ สำหรับวัยผู้สูงอายุนั้น รุ่นวัยที่อยู่ในครอบครัวก็มีบทบาทสำคัญที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุซึ่งอยู่ในกลุ่ม digital immigrant สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลได้อย่างรู้เท่าทันและเป็นผู้สูงอายุที่มีผลิตผล (active aging) สร้างคุณค่าต่อคนในครอบครัวและสังคมได้ อย่างไรก็ตาม บทบาทของเจนเนอเรชันวัย ซึ่งเป็นวัยทำงาน วัยกลางคนนั้นยังไม่ได้มีการศึกษามากนักเกี่ยวกับบทบาทที่มีต่อการพัฒนาสมรรถนะและทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัลของคนต่างรุ่นวัย

#### การสื่อสารดิจิทัล (digital communication) ของแต่ละรุ่นอายุ

พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารของคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะหลังวิกฤติโควิด ผู้คนสื่อสารกันผ่านออนไลน์มากขึ้นโดยกิจกรรมที่เป็นที่นิยมของทุกเจนเนอเรชัน คือ การใช้สื่อสังคม (social media) การดูคลิปวิดีโอ การค้นหาข้อมูล (สพธอ, 2563) โดยแต่ละเจนเนอเรชันมีการใช้สื่อออนไลน์ในสัดส่วนที่แตกต่างกัน ได้แก่ เจนเนอเรชันวัย (30%) เจนเนอเรชันเอกซ์ (25%) เจนเนอเรชันเบบี้บูม (23%) เจนเนอเรชันแซต (16%) และ

กลุ่มอายุมากกว่า 75 ปี (6%) ตามลำดับ โดยทุกเจนเนอเรชันใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสาร ส่วนเจนเนอเรชันวาย และเจนเนอเรชันเอกซ์ ใช้สื่อออนไลน์ที่หลากหลายทั้ง ยูทูบ เฟซบุ๊ก ดิจิต็อก และอินสตาแกรม ในขณะที่เจนเนอเรชันแซตจะใช้สื่อออนไลน์ที่หลากหลายและเพิ่มเติมมากกว่าทุกรุ่นวัย เช่น เทเลแกรม ดิสคอร์ด สแนปแชต เป็นต้น มักจะเปิดรับแพลตฟอร์มใหม่เร็วกว่ารุ่นวัยอื่น และเปิดบัญชีมากกว่า 1 บัญชีในแต่ละแพลตฟอร์ม (ณัฐพล ม่วงท่า, 2564) ในทางตรงกันข้าม เจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ ยังเข้าถึงสื่อไม่หลากหลายทั้งในด้านตัวสื่อและข้อมูล ยังคงใช้สื่อโทรทัศน์และวิทยุเป็นหลักและใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อคลายความเหงา สร้างความสุขทางใจ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงและลูกหลาน (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์ และคณะ, 2562) และใช้เฟซบุ๊กและยูทูบ เพื่อดูโทรทัศน์ ดูคลิปเช่นกัน (สพธอ, 2563)

นอกจากนี้ แต่ละรุ่นวัยจะมีวัตถุประสงค์ในการใช้ที่แตกต่างกันในแต่ละแพลตฟอร์ม เช่น ในอินสตาแกรม เจนเนอเรชันแซตและวายจะใช้ฟังก์ชันไอจีสตอรี่ เจนเนอเรชันเอกซ์นิยมใช้ไอจีโพสต์และช้อปปีง ส่วนในดิจิต็อกนั้น เจนเนอเรชันเอกซ์และวายดูเพื่อความบันเทิง ความรู้ ส่วนเจนเนอเรชันแซตใช้เพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวตน เป็นต้น (ณัฐพล ม่วงท่า, 2564) นอกจากนี้ ในกลุ่มเจนเนอเรชันวานั้น มีการใช้สื่อดิจิทัลด้านสังคมมากที่สุด เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม ติดตามดาราดังที่ชื่นชอบ สนทนากับเพื่อน หาข้อมูลประกอบการเรียนเป็นประจำ และ ใช้สร้างกลุ่มเพื่อติดต่อกับเพื่อน หาข้อมูลสินค้า ติดตามข่าวสาร แสดงความเป็นตัวตน ส่วนการใช้สื่อดิจิทัลด้านการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เช่น ใช้หาข้อมูล ติดตามข่าวสาร เกี่ยวกับเรื่องการเมือง เป็นต้น (พนม คลี่ฉายา, 2563)

ในกลุ่มของคนเจนเนอเรชันแซต มีลักษณะและพฤติกรรมในการสื่อสารดิจิทัลที่น่าสนใจศึกษาเพิ่มเติม อาทิ กลุ่มเจนเนอเรชันแซตมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือข่าวสารจากสื่อใหม่มากขึ้น (เสมอ นิมะเงิน, 2563) แต่ทว่าก็ยังมีการตรวจสอบโดยค้นหาจากแหล่งข้อมูลก่อนจะตัดสินใจเชื่อข้อมูลนั้นด้วย (Eaujarusphan, 2021) นอกจากนี้ ยังมีพฤติกรรมชอบรับสื่อที่มีเนื้อหาสั้น กระชับสามารถทำความเข้าใจได้ในเวลาอันรวดเร็ว อาจส่งผลให้ทักษะการวิเคราะห์ซึ่งต้องอาศัยเวลาในการคิดพิจารณานานนั้นลดลง (ดนุลดดา จามจุรี, 2563) ในด้านการประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดรับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในสื่อออนไลน์ของเจนเนอเรชันแซต พบว่ากลุ่มเยาวชนชายระดับมัธยมศึกษาค่อนข้างเชื่อมั่นว่าตัวเองจะไม่หลงเชื่อตามที่สื่อกำหนด เช่น เรื่องราวความรุนแรงในเกม เห็นว่าตัวเองมีความรู้ตัวอยู่และผู้ใหญ่คิดมากจนเกินไป ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะของการป้องกันตัวเองที่หาเหตุผลมาสนับสนุนการกระทำของตัวเอง (ปวรรัตน์ ระวัง และพนม คลี่ฉายา, 2561)

นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำในการสื่อสารของแต่ละรุ่นอายุนั้น ในบริบทของการใช้สื่อออนไลน์ ผู้ใช้เฟซบุ๊กมีการแสดงความคิดเห็น ในเพจข่าวช่วงก่อนและหลังเลือกตั้ง และข่าวที่นำเสนอความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยใช้กลวิธีทางภาษาที่แสดงความรุนแรง เช่น การตำหนิ การเสียดสี ประชดประชัน ตั้งคำถาม โดยมีการใช้คำศัพท์ประทุษวาจาเกี่ยวกับกลุ่มทางการเมือง กลุ่มอาชีพและกลุ่มสนใจเฉพาะทางภูมิภาคและชาติพันธุ์ เป็นต้น (วศยา เอกวิสัย และคณะ, 2564) อย่างไรก็ตามในบริบทการสื่อสารระหว่างรุ่นวัยระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่นั้น วัยรุ่นเองก็มีการใช้กลวิธีความสุภาพในการปฏิเสธการขอร้องต่อผู้สูงอายุในกลุ่มต่างๆ เช่น การใช้กลวิธีการเสนอแนวทางแก้ไขต่อสมาชิกครอบครัว การใช้ถ้อยคำให้เกียรติกับเพื่อนบ้านและคนรู้จัก เป็นต้น (ศิริวัตร ไทยแท้ และ ปันนดา เลอเลิศยติธรรม, 2565)

กล่าวโดยสรุปคุณลักษณะความเป็นพลเมืองดิจิทัลในด้านการสื่อสารดิจิทัลนั้น การศึกษาที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นว่าเจนเนอเรชันวายและแซต รวมถึงเจนเนอเรชันเอกซ์มีการใช้เครื่องมือสื่อสารดิจิทัลที่หลากหลายตามวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยเจนเนอเรชันแซตเป็นกลุ่มที่มีลักษณะการใช้เครื่องมือสื่อสารดิจิทัลที่หลากหลายและซับซ้อนมากกว่ารุ่นอายุอื่น ตรงข้ามกับเจนเนอเรชันเบบี้บูมที่ใช้สื่อดั้งเดิมร่วมกับสื่อออนไลน์แต่ก็ใช้แพลตฟอร์มไม่ได้หลากหลาย ส่วนการประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารในโลกดิจิทัลนั้น การศึกษาที่ผ่านมาให้ความสนใจกับเจนเนอเรชันแซตมากกว่ากลุ่มอื่น และผลการศึกษาก็ยังไม่ชัดเจนมากนักว่าเจนเนอเรชันแซตสามารถประเมินผลกระทบได้หรือไม่ ยังต้องการการศึกษาเพิ่มเติมในหลายๆ บริบท รวมถึง ยังขาดการศึกษาในกลุ่มรุ่นอายุอื่นๆ ด้วย

#### ความสามารถในการทำธุรกรรมพาณิชย์ทางดิจิทัล (digital commerce) ของแต่ละรุ่นอายุ

กิจกรรมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในช่วงการระบาดของไวรัสโคโรนา คือ การซื้อขายของออนไลน์ ที่ผู้ใช้สื่อเป็นทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ โดยผู้ซื้อนิยมซื้อสินค้าผ่าน e-Marketplace เช่น ช้อปปี้ ลาซาด้า ส่วนผู้ขายนิยมขายผ่าน social commerce เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อีกทั้งในการซื้อขายของออนไลน์ ผู้ซื้อมักพบปัญหาสินค้าไม่ตรงกับที่สั่ง เช่น ผิดสี ผิดขนาด อดอ้างสรรพคุณเกินจริง สินค้าไม่ได้มาตรฐานตามการรับรองของหน่วยงานที่กำกับดูแล เป็นต้น รวมถึงมีความกังวลในการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ เพราะไม่เชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลในแพลตฟอร์ม ด้านผู้ขายพบปัญหาค่าใช้จ่ายในการดำเนินการแพ่ง เช่น ค่าธรรมเนียมการขาย ค่าคอมมิชชัน ปัญหาขาดความรู้ในการทำธุรกิจออนไลน์ เป็นต้น (สพธอ, 2564)

ในการค้าขายออนไลน์นั้น การโฆษณาสินค้าหรือบริการมักจะเป็นเนื้อหาที่สร้างสรรค์โดยผู้ใช้ (user-generated content) ซึ่งหากผู้ใช้ไม่ได้คำนึงถึงกฎหมายหรือหลักจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง ก็อาจทำให้เกิดปัญหาโฆษณาออนไลน์ที่กระทบต่อผู้บริโภคได้ ดังเช่นตลอดปี พ.ศ.2563 มูลนิธิเพื่อผู้บริโภคได้รับเรื่องราวเรียนในกลุ่ม อาหาร ยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพเกี่ยวปัญหาโฆษณาเกินจริงจากผู้บริโภคมากที่สุด ทั้งการโฆษณาอันเป็นเท็จหลอกลวง ใช้อวดสรรพคุณเกินจริง จนทำให้มีผู้เข้าใจผิดหลงเชื่อและสั่งซื้อมาใช้ ขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีเลข อย. หรือ ผลิตภัณฑ์ที่ฉลากถูกสั่งเลิกใช้ไปแล้ว ยังพบว่ามียางจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด (มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, 2564)

ปัจจุบันมีกลุ่มวัยนักศึกษาในกลุ่มเจนเนอเรชันวายและแซตเข้ามาทำธุรกิจออนไลน์กันมากขึ้น เพราะค่านิยมที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง ประกอบกับการมีทักษะทางเทคโนโลยี และหารายได้เสริมในช่วงการระบาดของโควิด-19 แต่จากการศึกษาของ นุติ หนูไฟโรจน์ (2564) พบว่า กลุ่มเจ้าของร้านค้าวัยนักศึกษาไม่ได้คิดว่าการโพสต์ภาพหรือใส่ข้อความเชิญชวนด้วยตนเองนับเป็น “สื่อโฆษณา” หรือแม้กระทั่งมองว่าการโพสต์ขายของนั้นนับเป็นการ “โฆษณา” โดยที่ไม่ต้องค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการสร้างเนื้อหาสื่อโฆษณา หรือต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาตามแบบฉบับของผู้ประกอบวิชาชีพโฆษณา นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังเสนอประเด็นอภิปรายผลการศึกษาไว้ว่าความเข้าใจที่ว่าเยาวชนรุ่นใหม่มาจะคุ้นเคยดีกับสื่อสังคมนั้น เป็นเพียงแค่การมีทักษะในการใช้งานเทคโนโลยีสื่อเท่านั้น ส่วนทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาทั้งตามตัวหนังสือและเนื้อหาที่แอบแฝงยังอยู่ในระดับน้อย

อย่างไรก็ดี ในช่วงการระบาดของโควิด-19 เป็นตัวเร่งให้กิจกรรมการชื้อขายออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ไม่เพียงเฉพาะเรชนวัยหรือแซดเท่านั้น แต่รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุในเรชนเบบี่บูมซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตในการชื้อของออนไลน์สูงสุคกว่ากลุ่มอายุอื่น การชื้ออปปิงออนไลน์ของกลุ่มรุ่นอายุนี้ไปเพื่อความสุขสำราญ เช่น สิ้นค้าเสริมความงาม สิ่งอำนวยความสะดวกในบ้าน สิ้นค้าเพื่อความบันเทิง เป็นต้น ความสะดวกสบายจากการชื้อขายออนไลน์เป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้สูงอายุกลายเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ในอนาคต (Rachata, 2021) ในประเทศญี่ปุ่นพบปัญหา ผู้สูงอายุกดสั่งชื้อสิ้นค้าซ้ำๆ ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากภาวะความจำเสื่อม และปัญหาความไม่คุ้นเคยกับการใช้งานในแพลตฟอร์มที่ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อผู้สูงอายุ เช่น ตัวหนังสือ หรือปุ่มแจ้งเตือนต่าง ๆ มีขนาดเล็กเกินไป ทำให้ยากแก่การสังเกต (แบรนด์บุฟเฟต์, 2563) อย่างไรก็ดี ในประเทศไทยความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมกรชื้อของออนไลน์รวมถึงการรู้เท่าทันดิจิทัลในประเด็นนี้ของกลุ่มผู้สูงอายุมิมีการศึกษาไม่มากนัก จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาเพิ่มเติม

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น กล่าวได้ว่า การศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Education) นั้น มีงานสนใจศึกษากันมากในหลายบริบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นของการรู้เท่าทันดิจิทัล รวมถึง ยังพบว่า คนในแต่ละช่วงอายุมีความเกี่ยวข้องกัน ในลักษณะของการส่งเสริมหรือลดความสามารถในการรู้เท่าทันดิจิทัลอีกด้วย

### 3.2 คุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการมีความเคารพ อดทนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (Respect)

จากการศึกษาที่ผ่านมา คุณลักษณะความเป็นพลเมืองของคนแต่ละรุ่นอายุในด้านการมีความเคารพ อดทนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (Respect) ได้แก่ การเข้าถึงดิจิทัลอย่างเสมอภาค (digital access) มารยาทในการใช้งานดิจิทัล (digital etiquette) และ กฎหมายดิจิทัล (digital law) มีลักษณะดังต่อไปนี้

#### การเข้าถึงดิจิทัลอย่างเสมอภาค (digital access)

การสื่อสารดิจิทัลของผู้ใช้สื่อนั้นขึ้นอยู่กับโอกาสในการเข้าถึงดิจิทัลอย่างเสมอภาค (digital access) และความสามารถในการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีได้ด้วย หากมีความไม่เสมอภาคในโอกาสในการเข้าถึง รับรู้ และใช้ประโยชน์ข้อมูลความรู้สารสนเทศก็จะทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (digital divide) ซึ่งจะก่อให้เกิดช่องว่างที่มีผลต่อศักยภาพและความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและทักษะการสื่อสารดิจิทัลของบุคคล โดยภาพรวมของเข้าถึงดิจิทัลของคนไทยนั้น ในปี 2563 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศอยู่ที่ 49,555,895 คน คิดเป็นประมาณร้อยละ 78 ของประชากรทั้งประเทศ (สำนักงาน กสทช., ม.ป.ป.) ส่วนการใช้โทรศัพท์มือถือของคนไทยมีมากถึง ร้อยละ 95 ของประชากรทั้งประเทศ ในขณะที่มีการใช้คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 26 ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563)

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาค พบว่า คนในทุกภูมิภาคสามารถเข้าถึงและใช้โทรศัพท์มือถือในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น กรุงเทพมหานครและภาคกลาง มีสัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อคนในภูมิภาคเป็นอันดับต้นๆ (ร้อยละ 91 และ 81 ตามลำดับ) ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนผู้ใช้

อินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด (ร้อยละ 71) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างรุ่นวัย พบว่า จากสถิติพบความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ที่มีและไม่มีอุปกรณ์ดิจิทัล และการใช้อินเทอร์เน็ตได้ในแต่ละรุ่นวัย โดยเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์เป็น กลุ่มที่ประสบกับความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลมากที่สุด เพราะมีสัดส่วนของผู้ที่ใช้และไม่ใช้อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมาก (19 : 81) และ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนร้อยละ 5.43 ต่อประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตได้ทั่วประเทศ รวมถึง มีสัดส่วนของผู้ที่ใช้และไม่ใช้คอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกันมาก (2 : 98) และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคิดเป็นจำนวนร้อยละ 1.58 ต่อประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตได้ทั่วประเทศ ส่วนรุ่นวัยที่พบความเหลื่อมล้ำน้อยมาก คือ เจเนอเรชันแซดที่มีจำนวนของคนในเจนเนอเรชันที่เข้าถึงและเข้าไม่ถึงคอมพิวเตอร์เพียงร้อยละ 76 ต่อร้อยละ 24 และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 92 ต่อร้อยละ 8 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) (ดูตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แสดงสัดส่วนการมีและไม่มีอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ และร้อยละของคนในแต่ละรุ่นวัยต่อประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ

เจนเนอเรชัน	การใช้อินเทอร์เน็ต			การใช้คอมพิวเตอร์		
	จำนวน (คน)	สัดส่วนการมีและไม่มีของประชากรในเจนเนอเรชัน	ร้อยละต่อประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งประเทศ	จำนวน (คน)	สัดส่วนการมีและไม่มีประชากรในเจนเนอเรชัน	ร้อยละต่อประชากรที่ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งประเทศ
อัลฟ่า	1,714,384	57 : 43	4.04	1,173,391	39 : 61	7.3
แซด	7,713,665	92 : 8	18.19	6,386,359	76 : 24	39.71
วาย	17,644,291	92 : 8	41.60	5,353,925	28 : 72	33.29
เอกซ์	13,042,275	63 : 37	30.75	2,914,124	14 : 86	18.12
เบบี้บูม	2,301,782	19 : 81	5.43	254,185	2 : 98	1.58

แม้จากสถิติข้างต้นจะพบความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลในกลุ่มเจนเนอเรชันแซดในระดับที่น้อยมาก แต่ในกลุ่มของวัยนี้เองก็มีความแตกต่างกันอยู่ โดยการศึกษาของ อัจฉรา เอ็นซ์ และ พัชณี เขยจรรยา (2563) พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชันแซดซึ่งเป็นดิจิทัลเนทีฟ (อายุ 11-19 ปี) ในกรุงเทพมหานครเองก็มีความเหลื่อมล้ำในกลุ่มย่อยกันเอง ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวและระดับการศึกษาของพ่อแม่ต่างกันนั้นมีการเข้าถึงจำนวนอุปกรณ์ดิจิทัลและการใช้อินเทอร์เน็ตในบ้านแตกต่างกัน แต่วัยรุ่นเกือบทั้งหมดมีโทรศัพท์มือถือและส่วนใหญ่เป็นสมาร์ทโฟนที่ใช้อินเทอร์เน็ตได้ซึ่งช่วยลดอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารความรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตที่บ้านได้ อย่างไรก็ตาม ในช่วงการระบาดโควิด-19 กลุ่มเจนเนอเรชันนี้ต้องเรียนออนไลน์ การศึกษาของ วินิจ

ผาเจริญและคณะ (2564) พบว่า การมีสมาร์ทโฟนไม่เพียงพอ เพราะการไม่สามารถเข้าถึงอุปกรณ์และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในบ้านได้นั้นส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความเสมอภาคด้านการศึกษา เพราะผู้ปกครองและผู้เรียนไม่ใช่ทุกคนที่จะมีหรือกำลังในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับการเรียนออนไลน์ เช่น คอมพิวเตอร์ แล็ปท็อป หรือแท็บเล็ตได้ รวมถึง ขาดการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่มีปริมาณข้อมูล ความเร็ว และการเชื่อมต่อที่มีคุณภาพมากพอในการเรียนออนไลน์

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกลุ่มผู้สูงอายุที่พบความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลมากกว่าทุกกลุ่มนั้นก็มีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการส่งเสริมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่การดำเนินชีวิตวิถีใหม่ของคนไทยทุกช่วงวัยและโครงการสวัสดิการของรัฐที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น โดย สัญญารัตน์ มีสุวรรณ (2564) มีข้อเสนอให้เพิ่มโอกาสการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมและมีระดับการศึกษาต่ำทั้งในพื้นที่เขตเมืองและชนบท ผ่านการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายทางสังคมและความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นในกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทย ในรูปแบบการเป็นสมาชิกของวัด โบสถ์ หรือองค์กรทางศาสนาอื่น ๆ การเป็นสมาชิกของสมาคมกีฬาหรือองค์กรสันตนาการต่าง ๆ หรือการรับรู้ข่าวสารจากการพูดคุยกับกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จัก

ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (digital divide) นี้เป็นปรากฏการณ์สากลในศตวรรษที่ 21 ทำให้มีการทำข้อตกลงกันทั้งในระดับนานาชาติและระดับภูมิภาคเพื่อเชื่อมต่อความแตกต่างทางดิจิทัล รวมถึงระดับภูมิภาคอาเซียนซึ่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกด้วย ส่วนของประเทศไทยเองก็ได้ดำเนินการลดช่องว่างดังกล่าว โดย เรวัต แสงสุริยงค์ (2561) พบว่า ประเทศไทยมีความสำเร็จด้านเทคโนโลยีด้วยการพัฒนาโครงข่ายพื้นฐานสารสนเทศให้ทั่วถึง ทุกชุมชนมีสัญญาณการสื่อสารที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ในขณะที่ อัครนันท์ คิตสม (2564) ได้เสนอมาตรการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลที่ยังมีอยู่ โดยเสนอให้กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมจัดให้มีบริการอินเทอร์เน็ตแบบประจำพื้นที่ในเมือง ชุมชน และพื้นที่ห่างไกลให้เปล่าอย่างยั่งยืน เช่น การกระจายสัญญาณ WIFI ครอบคลุมพื้นที่กว้างผ่านโครงข่ายใยแก้วนำแสงหรือโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5G โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนหรือมีรายจ่ายประจำในท้องหรือศูนย์คอมพิวเตอร์ชุมชนเนื่องจากสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตอยู่ในช่วงราคาที่พอจัดหาได้ นอกจากนี้ งานศึกษาทั้งสองงานมีข้อเสนอต่อหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่คล้ายคลึงกันคือ การเน้นเรื่องการพัฒนาความสามารถในการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัล การมีทักษะรู้เท่าทันดิจิทัลในทุกช่วงวัย การมองเห็นถึงความจำเป็นและผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต

#### มารยาทในการใช้งานดิจิทัล (digital etiquette) และกฎหมายดิจิทัล (digital law)

ความเป็นพลเมืองในหัวข้อนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยไม่ก่อให้เกิดมลภาวะในพื้นที่การสื่อสารออนไลน์รวมถึงเชื่อมโยงมายังวิถีชีวิตในโลกออฟไลน์ด้วย พลเมืองดิจิทัลควรมีความฉลาดทางอารมณ์ในสังคมดิจิทัล (digital emotional intelligence) ซึ่งเป็นความสามารถในการเห็นอกเห็นใจ (digital empathy) และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นบนโลกออนไลน์ ออนไลน์ รวมถึง การสร้างบรรทัดฐานทางสังคมของการปฏิบัติ

ต่อกันในโลกดิจิทัลเช่นเดียวกับโลกทางกายภาพ การให้คุณค่ากับมารยาทในการใช้งานดิจิทัล หรือ “digital etiquette” เมื่ออยู่ร่วมในสังคมดิจิทัลของคนแต่ละรุ่นอายุและระหว่างรุ่นอายุ

มารยาทดิจิทัล หรือ “digital etiquette” คือ การรู้กาลเทศะ ประพฤติดี มีมารยาทในการเป็นพลเมืองบนสังคมออนไลน์หรือพลเมืองดิจิทัล (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2559 อ้างถึงในฐิตินันท์ ผิวนิล, 2564) โดยคำนึงถึงระดับการใช้ภาษากับคนที่สื่อสารด้วย คุณสมบัติเฉพาะของช่องทางการสื่อสาร ความเป็นทางการของรูปแบบการสื่อสาร ความเป็นพื้นที่วงปิดหรือเปิดสาธารณะ สถานะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ, 2561 อ้างถึงใน ฐิตินันท์ ผิวนิล, 2564)

ส่วนการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล หรือ “digital empathy” เป็นความสามารถในการเข้าใจความต้องการและความรู้สึกของทั้งตนเองและของผู้อื่นในมุมมองของเขา ไม่เอาประสบการณ์ของเราไปตัดสิน เป็นความพยายามทำความเข้าใจคนอื่นในโลกออนไลน์ ที่ผู้ใช้สื่อออนไลน์จำเป็นต้องเรียนรู้และฝึกฝนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นบนโลกออนไลน์ ยิ่งในโลกสื่อดิจิทัลที่มีลักษณะบางประการที่ทำให้ผู้ใช้สื่อขาดความเข้าอกเข้าใจกันหรือขาดการเอาใจเขามาใส่ใจเรา เช่น สภาวะนิรนาม (Anonymity) ของคนบนโลกออนไลน์ที่ไม่ต้องเปิดเผยตัวตนจริงหรือสร้างตัวตนใหม่ขึ้นมาได้ก็อาจทำให้รู้สึกที่ไม่จำเป็นต้องมี digital empathy ก็ได้ หรือข้อจำกัดในการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา หากเป็นการสื่อสารด้วยตัวอักษรอย่างเดียว ทำให้ไม่เห็นสีหน้า แววตา น้ำเสียงของอีกฝ่าย จึงขาดการเชื่อมโยงกับอารมณ์และความรู้สึกภายในของอีกฝ่าย (Park, 2016; กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2564)

ปรากฏการณ์ทางสังคมที่เป็นผลกระทบจากการที่ผู้ใช้สื่อออนไลน์ขาดความเป็นพลเมืองดิจิทัล โดยเฉพาะการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล หรือ “digital empathy” และ การรักษามารยาทดิจิทัล หรือ “digital etiquette” และได้รับความสนใจศึกษาในช่วงที่ผ่านมา อาทิ ปัญหาการกลั่นแกล้งออนไลน์ (cyberbullying) ซึ่งส่วนใหญ่พบการศึกษาในกลุ่มเด็กและเยาวชนเนื่องจากเป็นปัญหาใหญ่ของช่วงอายุนี และ ปัญหาการใช้ประทุษวาจาออนไลน์ (online hate speech) ซึ่งไม่ได้จำแนกว่าเป็นปัญหาของเจนเนอเรชันใดแต่เป็นปัญหาของพลเมืองเน็ตโดยรวม

การกลั่นแกล้งรังแกหรือการระรานทางไซเบอร์ (cyberbullying) คือ พฤติกรรมการรังแกรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ไซเบอร์ และนำไปสู่การทำร้ายความรู้สึกสร้างความอับอายความเจ็บปวดความรู้สึก ต่ำต้อย สูญเสียความมั่นใจ หรือความทุกข์ทรมานทางจิตใจของเหยื่อ อีกทั้ง โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ต้องเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นโดยความตั้งใจของผู้กระทำ 2) ต้องมีลักษณะของการกระทำที่เกิดขึ้นซ้ำๆ และสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาโดยไม่ถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขด้านสถานที่ และ 3) ต้องมีความไม่เท่ากันทางอำนาจ ระหว่างผู้รังแกและผู้ที่ถูกรังแก (กฤษฎา แสงเจริญทรัพย์ และ วินันทกานต รุจิภักดี, 2564) อีกทั้ง การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์กระทำผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคม (social media) ซึ่งมีคุณลักษณะที่เอื้อต่อการเกิดพฤติกรรมนี้ เช่น ผู้กระทำสามารถโพสต์เรื่องราวที่ต้องการกลั่นแกล้งรังแกและใช้แท็กหรือแฮชแท็กที่จะกระจายให้เรื่องดังกล่าวให้ไปในวงกว้างมากขึ้น ผู้ใช้รายอื่นที่รับรู้เรื่องราวสามารถกดไลค์หรือแบ่งปันต่อไปในเครือข่ายต่อได้อีกเกิด “แรงกระเพื่อมของการกลั่นแกล้ง”

(bullying dynamic) ได้มากกว่าการกลั่นแกล้งในโลกทางกายภาพหรือช่องทางสื่อสารออนไลน์อื่นๆ (Tommy et al, 2021)

ปัญหาการกลั่นแกล้งรังแกทางไซเบอร์นี้ กลุ่มเด็กและเยาวชนเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากกว่าช่วงวัยอื่น โดยโรมัส กวาดามูช (2564) พบว่า วัยรุ่นเคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกทางไซเบอร์ โดยจากการสำรวจระดับมัธยมศึกษาใน 5 ภูมิภาคของประเทศไทยพบว่า 1 ใน 3 ของนักเรียน เคยเป็นผู้ถูกรังแก (ร้อยละ 35.4) เคยเป็นผู้รังแก (ร้อยละ 32.5) และ 1 ใน 4 ของนักเรียนทั้งหมด เคยทั้งเป็นผู้ถูกรังแกและผู้ถูกรังแก (ร้อยละ 26.3) จากการกลั่นแกล้งรังแกทางไซเบอร์ โดยประสบการณ์ที่เคยถูกรังแกบ่อยที่สุด คือ ถูกโพสต์ข้อความหยาบคาย ด่าทอ หรือข่มขู่ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 10.3) กับ ถูกคอมเมนต์ใต้โพสต์เพื่อให้เกิดความอับอายหรือเสียหาย (10.3) รองลงมาคือ ถูกโพสต์หรือ แชร์ รูปหลุด/รูปดูไม่ดี/รูปตลกๆ ที่เจ้าตัวไม่ชอบหรือไม่ต้องการให้เผยแพร่ (ร้อยละ 10.2) และ ถูกกีดกันไม่ให้เข้าร่วมในกลุ่มแชทต่าง ๆ เช่น กลุ่มไลน์ (ร้อยละ 10.1) ส่วนประสบการณ์ที่ เคยกระทำบ่อย คือ แคปหรือจับภาพหน้าจอเรื่องของคนอื่นไปนินทาต่อในกลุ่ม (ร้อยละ 17.6) ถ่าย หรือแชร์คลิปวิดีโอที่มีความรุนแรง เช่น คลิปการตบตีหรือทะเลาะกัน (ร้อยละ 5.2) สร้างกลุ่มเกลียด แบน หรือยั่วให้เกิดการต่อต้านบุคคลอื่น ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 3.8) นอกจากนี้ Saengcharoensap and Rujiprak (2021) พบอีกว่า วัยรุ่นระดับมหาวิทยาลัยที่ เป็นผู้ถูกรังแกจากการกลั่นแกล้งรังแกทางไซเบอร์ก็จะมีแนวโน้มกลายเป็นผู้กระทำการกลั่นแกล้งเพื่อการแก้แค้นหรือเอาคืน เช่นเดียวกับคนที่ มีเพื่อนรอบตัวเป็นผู้กระทำก็มีแนวโน้มจะเป็นผู้กระทำการกลั่นแกล้งด้วย

ผลกระทบจากพฤติกรรมกรกลั่นแกล้งรังแกหรือการระรานทางไซเบอร์นี้ การศึกษาของวาสนา คำดี, ทศนา ทวีคุณ และ พชรินทร์ นินทจันทร์ (2564) ได้สำรวจวัยรุ่นในกลุ่มมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการกลั่นแกล้งรังแกผ่านโลกไซเบอร์กับภาวะซึมเศร้าและพฤติกรรมก้าวร้าว ได้อภิปรายผลการศึกษาที่ได้ว่าสอดคล้องกับผลการงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมา กล่าวคือ การที่มีพฤติกรรมถูกรังแกและพฤติกรรมรังแกผู้อื่นผ่านโลกไซเบอร์มาก จะมีแนวโน้มที่จะเกิดภาวะซึมเศร้าและเกิดพฤติกรรมก้าวร้าวสูง ซึ่งหากภาวะซึมเศร้าไม่ได้รับการช่วยเหลือก็อาจนำไปสู่การฆ่าตัวตาย ส่วนพฤติกรรมก้าวร้าวก็อาจนำไปสู่ปัญหาอาชกรรมรุนแรงหรือการกระทำผิดกฎหมายได้

ส่วนแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดจากพฤติกรรมกรกลั่นแกล้งรังแกหรือการระรานทางไซเบอร์นั้น งานศึกษาของ โรมัส กวาดามูช (2564) ในทำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีภูมิคุ้มกันในโลกดิจิทัล หรือ Digital Resilience กล่าวคือ หากเยาวชนมีภูมิคุ้มกันในโลกดิจิทัลแล้ว เยาวชนจะมีแนวโน้มที่จะลดผลกระทบทางลบได้แม้จะถูกรังแกในพื้นที่ออนไลน์ได้ และภูมิคุ้มกันในโลกดิจิทัลจะเป็นปัจจัยปกป้องในการลดผลกระทบที่จะก่อให้เกิดภาวะซึมเศร้าในทางตรง รวมถึงลดผลกระทบที่จะก่อให้เกิดแนวโน้มพฤติกรรมฆ่าตัวตายทั้งทางตรงและทางอ้อม

ภูมิคุ้มกันในโลกดิจิทัลนี้ หมายถึงกระบวนการในการปรับตัวทางบวกและลดผลกระทบทางลบต่อชีวิตตนเอง เมื่อต้องเผชิญกับความไม่ปลอดภัยในโลกออนไลน์ อันเป็นกระบวนการที่ทำให้บุคคลผ่านพ้นปัญหาใน



โลกออนไลน์ได้ ซึ่งการจะเสริมสร้างภูมิคุ้มกันดังกล่าว จำเป็นต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายๆ ด้านที่ครอบคลุมทุกระดับตั้งแต่ 1) ระดับความสามารถของ บุคคล เช่น การสร้างให้เยาวชนมีมุมมองเชิงบวก และมีเป้าหมายในชีวิตรวมถึงเป้าหมายในการใช้สื่อ 2) การสร้างทักษะในโลกออนไลน์และออฟไลน์ เช่น ทักษะการคิดวิเคราะห์ รู้เท่าทันสื่อ และสามารถสื่อสารเชิงบวก ในโลกออนไลน์ 3) การสนับสนุนจากเพื่อน ครอบครัว โดยมีบุคคลที่ทำให้เยาวชนสามารถปรึกษาได้และคอย ให้ความช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา 4) ระดับโรงเรียนและชุมชน เช่น มีครูที่สอนทักษะรู้เท่าทันสื่อ โรงเรียนมี นโยบาย ช่วยเหลือ สนับสนุน เวลาเกิดปัญหาความไม่ปลอดภัยในโลกออนไลน์รวมถึง 5) ระดับสังคมและนโยบาย เช่น มีกฎหมายด้านสื่อดิจิทัลที่คุ้มครองเมื่อเจอความไม่ปลอดภัยออนไลน์การมี Influencer ที่เป็น ต้นแบบที่ดี และมีนิเวศสื่อที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์ (โรมัส กวาดามูช, 2564)

อีกหนึ่งปรากฏการณ์ทางสังคม คือการใช้ประทุษวาจาออนไลน์ (online hate speech) ที่สะท้อนให้เห็นถึงการขาดความเป็นพลเมืองดิจิทัลของผู้ใช้สื่อออนไลน์ โดยประทุษวาจานั้นเป็นการแสดงออกทั้ง วจนภาษาและอวจนภาษาที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง โดยมีฐานอคติทางเชื้อชาติ ชนชั้น เพศวิถี ถิ่นเกิด อุดมการณ์ทางการเมือง วัฒนธรรม ศาสนา และความแตกต่างอื่นใด อันเป็นการยั่วยุให้ผู้อื่นใช้ความรุนแรง เนื่องจากความเกลียดชังนั้นถึงขั้นขจัดออกไปหรือขั้นทำลายล้าง (พจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสภา, 2563; พิงรอง รามสูต, 2558) โดยฐานอคติที่เป็นเหตุให้เกิดการแสดงออกประทุษวาจาและเป็นปัญหาสังคมในประเทศไทย อาทิ ความแตกต่างทางอุดมการณ์ทางการเมือง ศาสนา และเพศวิถี (พิงรอง รามสูต, 2558) โดยเฉพาะในสื่อสังคม สภาวะห้องแห่งเสียงสะท้อน (echo chamber) ที่ผู้คนได้ยินและรับรู้ เฉพาะข้อมูลในรูปแบบเดียวหรือความคิดเห็น ความเชื่อที่ตรงกับของตน อันเป็นผลมาจากการเลือกติดตามสื่อ และจากอัลกอริทึมของสื่อสังคม ก็ยังเป็นตัวขยายการแสดงออกประทุษวาจาในกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์กว้างขวาง ขึ้น และหากมีเหตุการณ์ออฟไลน์ประกอบด้วยก็ยิ่งจะมีความร้ายแรงมากขึ้น (Oranop et al, 2020)

ปรากฏการณ์ในสภาพวัฒนธรรมไทยเกี่ยวกับการสื่อสารดิจิทัลด้วยการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล (digital empathy) สะท้อนให้เห็นได้จากความคิดเห็นเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันบนความแตกต่างของคนในสังคมไทย (tolerance to difference) ซึ่งงานของ ยาสมิน ซัตตาร์ (2565) ได้สำรวจความคิดเห็นของ ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่นและปัตตานี พบว่า ความแตกต่างระหว่างรุ่นวัยมีความสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างอุดมการณ์ทางการเมือง และส่งผลให้มีมุมมองและความคิดทางด้านศาสนาและความเชื่อที่แตกต่างกัน ส่วนมุมมองต่อการยอมรับความแตกต่างในด้านต่างๆ ได้แก่ ความแตกต่างด้านเพศสภาพ ความแตกต่างด้านศาสนา ความแตกต่างด้านเชื้อชาติ นั้น พบว่า มีระดับการอยู่ร่วมกันบนความแตกต่างทุกด้านอยู่ในระดับของการยอมรับและการเคารพกัน เช่น การไม่รังเกียจถ้ามีเพื่อนบ้านนับถือศาสนาต่างจากตนเอง หรือไม่รังเกียจถ้าครูของลูกนับถือศาสนาแตกต่างจากตน เป็นต้น ในขณะที่ระดับของการให้คุณค่าหรือการโอบรับนั้นยังปรากฏน้อย เช่น การเข้าสังคมกับคนที่นับถือศาสนาต่างออกไป หรือการเข้าร่วมพิธีทางศาสนาของคนอื่น เป็นต้น นอกจากนี้ ในระดับชุมชนพบว่ามีการไม่ยอมรับความแตกต่างทางด้านเพศสภาพมากที่สุด

ส่วนแนวทางแก้ไขปัญหาและกำกับดูแลประทุษวาจาออนไลน์นั้นหากเป็นความรุนแรงในระดับต้นที่เป็นการแสดงความเกลียดชังที่ไม่มีวัตถุประสงค์ชัดเจนนั้น ควรอาศัยการส่งเสริมให้ผู้ใช้สื่อระดับปัจเจกมีความรับผิดชอบร่วมกัน รวมถึงมีการส่งเสริมวัฒนธรรมการไม่เหยียดหรือยินยอมต่อการสร้างความเกลียดชัง

ออนไลน์ (พิรงรอง รามสูต, 2558) รวมถึง การส่งเสริมและพัฒนาให้ผู้สื่อสารในพื้นที่ออนไลน์สามารถสื่อสารโต้กลับ (counter speech) โดยเป็นการสื่อสารที่ไม่ใช้ความรุนแรง เพื่อสื่อสารกับผู้แสดงความเกลียดชังให้หยุดการกระทำ และสื่อสารกับคนในออนไลน์ว่าประทุษวาจาไม่ใช่สิ่งที่ยอมรับได้หรือเพื่อให้ผู้รับสารมี “วัคซิน” ป้องกันผลกระทบจากประทุษวาจาได้ (Oranop et al, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างภูมิคุ้มกันทางใจ (digital resilience) ให้กับผู้ใช้สื่อออนไลน์ในทุกกลุ่มวัย

### 3.3 คุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่น (protect)

ปัจจุบันการรู้จักสิทธิและการมีความรับผิดชอบในโลกดิจิทัล (digital rights & responsibility) และการรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล (digital security) มีความสำคัญและเป็นประเด็นอภิปรายถกเถียงกันในวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่ออนไลน์ที่มีผู้คนหลายช่วงวัยอยู่ด้วยกัน ยึดถือคุณค่าเกี่ยวกับสิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน สะท้อนให้เห็นจากการอภิปรายถกเถียงในปรากฏการณ์ทางสังคมที่พ่อแม่สมัยใหม่นิยมโพสต์หรือแบ่งปันรูปของลูกโดยเฉพาะเด็กเล็กทางสื่อสังคม หรือ Sharenting (มาจาก Share กับ Parenting) ซึ่งมุมมองหนึ่งพ่อแม่มองว่าเป็นเสรีภาพของผู้ปกครอง ซึ่งพ่อแม่ก็มีแรงจูงใจหลายประการ อาทิ ต้องการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับคนอื่นผ่านการให้ข้อมูลปัจจุบันเกี่ยวกับลูก ต้องการแสดงความภาคภูมิใจในตัวลูก ต้องการให้หรือรับคำแนะนำความช่วยเหลือ การยืนยันหรือได้รับการสนับสนุนจากคนอื่นในสิ่งที่ทำ (นภาวรณ อาษาเพชรและคณะ, 2564)

แต่อีกมุมหนึ่งก็ถูกมองว่าอาจเป็นการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของเด็ก เพราะข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับเด็กที่ถูกเปิดเผยออกไปจะยังคงอยู่ในเครือข่ายออนไลน์ตลอดไป สิทธิในการควบคุมการเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวอยู่ที่พ่อแม่ และการถูกนำเสนอในสื่อสังคมโดยพ่อแม่อาจส่งผลกระทบต่อพัฒนาอัตลักษณ์และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นของลูกได้ (ปาณิภา สุขสม, 2563) แม้ว่าพ่อแม่จะไม่มีเจตนาให้เด็กได้รับความเสียหายแต่อาจเกิดความเสียหายแก่เด็กได้ เช่น เป็นช่องทางให้ผู้ร้ายหรือผู้ไม่หวังดีติดตามตัวเด็กได้ อาจนำไปสู่อาชญากรรมได้ รวมถึง การถ่ายภาพเด็กลงบนสื่อออนไลน์ กรณีเด็กยินยอมหรือไม่ยินยอมก็ตาม แต่สื่อออนไลน์ไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัว มีลักษณะเป็นสาธารณะที่บุคคลใดจะแสดงความคิดเห็นต่อเด็กอย่างไรก็ได้ อาจนำไปสู่การกลั่นแกล้งรังแกทางไซเบอร์ต่อเด็กได้ ซึ่งยังเป็นช่องว่างทางกฎหมายที่ยังไม่ได้คุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวของเด็กไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 (นาจริย์ ชยะบุตร, 2564) นอกจากนี้ Barnes & Potter (2021) ยังพบจากการศึกษาว่า พ่อแม่ผู้ปกครองเองมักจะไม่ค่อยตระหนักหรือเข้าใจมากนักเกี่ยวกับการละเมิดความเป็นส่วนตัวของเด็กที่อาจเกิดได้จากพฤติกรรม Sharenting สอดคล้องกับ การศึกษาของ ดนัย ฉลาดคิด และ ภัทรวรรณ จีรพัฒน์ธนธร (2563) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในไทยกว่ากึ่งหนึ่งเข้าใจคลาดเคลื่อนว่าแม่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลและรูปภาพในโทรศัพท์มือถือของลูกที่กำลังเป็นวัยรุ่นได้

ส่วนการตระหนักถึงการเข้าถึงข้อมูลด้วยความรอบคอบและระมัดระวังนั้นมีงานของ โธมัส กวาดามูซ (2564) ที่พบว่าทักษะทางดิจิทัลของเยาวชนในด้านทักษะทางเทคนิคนั้น เยาวชนรับรู้ตัวเองว่ามีความรู้เกี่ยวกับการปกป้องตัวเองจากภัยที่จะมาจากการเข้าสู่ระบบออนไลน์ด้วยวิธีการต่างๆ ประกอบด้วย การรู้วิธีรักษาความเป็นส่วนตัวของเครื่องมือสื่อสาร เช่น ตั้งรหัส PIN การสแกนลายนิ้วมือ การสแกนใบหน้า การรู้วิธีเก็บรูปภาพ เอกสาร หรือไฟล์อื่น ๆ ในระบบคลาวด์ การรู้วิธีบล็อกข้อความหรือโฆษณาที่ไม่ต้องการ การรู้วิธีตั้งค่าความเป็นส่วนตัว การรู้วิธีใช้เบราว์เซอร์แบบไม่ระบุตัวตน และ การวิธีปิดการระบุสถานที่

นอกจากนี้ การศึกษาของ วิโรจน์ สุทธิสีมา และคณะ (2562) ให้ความสนใจกับผลกระทบของการใช้สื่อดิจิทัลของวัยทำงานซึ่งอยู่ในเจนเนอเรชันเอกซ์และวาย และพบผลกระทบในระดับบุคคลที่จะกระทบด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจ (digital health & wellness) เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเวลานาน โดยไม่ทำกิจกรรม ร่วมกับผู้อื่นจะมีอารมณ์ซึมเศร้าและขาดสัมพันธภาพกับ คนรอบข้าง อีกทั้ง ยังเกิดอาการกลัวตกกระแส (Fear of Missing out-FOMO) จึงต้องติดตามเรื่องที่เป็นกระแสในออนไลน์และทำตัวเองให้เป็นส่วนหนึ่งของกระแสนั้นๆ ซึ่งเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมย่อย (sub-culture) ของกลุ่มผู้ใช้สื่อดิจิทัลในปัจจุบัน (ณัฐพล ม่วงท่า, 2564)

กล่าวได้ว่า การรู้จักสิทธิและการมีความรับผิดชอบในโลกดิจิทัล (digital rights & responsibility) และ การรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล (digital security) นั้นเป็นคุณค่าที่ยึดถือในสังคมสมัยใหม่ สอดคล้องกับที่ สุกัญญา สุตบรรทัด (2563) ได้วิเคราะห์ไว้ว่า พื้นที่การสื่อสารในยุคดิจิทัลเป็นเรื่องอัตลักษณ์ วัฒนธรรม ความเท่าเทียม สิทธิมนุษยชน และเป็นสังคมเครือข่ายในแนวนอน แตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับพื้นที่การสื่อสารในยุคเดิมหรือแอนะล็อก ดังนั้น คนกลุ่มในกลุ่ม digital immigrant ที่เกิดและเติบโตมากับสื่อยุคแอนะล็อก จึงมีแนวโน้มที่จะขัดแย้งกันกับกลุ่ม digital natives ในสื่อยุคดิจิทัล

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่าการศึกษาด้านคุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการมีความเคารพตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (Respect) และคุณลักษณะความเป็นพลเมืองในด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่น (protect) มีการศึกษาบางรุ่นอายุ และสนใจในมิติของการสำรวจสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น และยังไม่พบงานที่อธิบายความสัมพันธ์ของการสื่อสารระหว่างช่วงวัยที่จะช่วยส่งเสริมและลดความเป็นพลเมืองดิจิทัลได้อย่างไร ในขณะที่พบหลายงานที่อธิบายประเด็นนี้กับการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล

#### 4. บทสรุป : ช่องว่างในการศึกษาการสื่อสาร “ระหว่างรุ่นอายุ” กับการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัล

จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าในสังคมไทยนั้นไม่ค่อยมีความแตกต่างด้านการสื่อสารของแต่ละรุ่นอายุในมิติของความเหลื่อมล้ำกันในการมีและไม่มีอุปกรณ์ดิจิทัลรวมถึงการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต จากสถิติในการเข้าถึงดิจิทัล (digital access) ที่พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบร้อยละ 80 ของประชากรทั่วประเทศ มีโทรศัพท์มือถือใช้สัดส่วนสูงใกล้เคียงกัน ยกเว้นเพียงวัยเบบี้บูมเมอร์ที่ยังมีการเข้าถึงและใช้ประโยชน์น้อยอยู่ แต่สังคมไทยกลับพบความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลในมิติของการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัล และการมีทักษะรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy) ดังที่การศึกษาที่ผ่านมายังคงพบปัญหาด้านการสื่อสารของแต่ละรุ่นวัยที่เป็นผลมาจากการขาดทักษะการวิเคราะห์ ประเมินค่าและการสร้างสื่ออย่างมีส่วนร่วมและสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นการถูกลอกลวงจากคนแปลกหน้าในกลุ่มเจนเนอเรชันเอกซ์ การถูกลอกซื้อสินค้าและการพนันออนไลน์ในกลุ่มเจนเนอเรชันวาย ปัญหาในกลุ่มเจนเนอเรชันแซตเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งหรือระรานออนไลน์ เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเช่น เพศ ความรุนแรง รวมถึง ปัญหาข่าวปลอมในกลุ่มเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์โควิด-19 นอกจากนี้ ยังพบปัญหาความแตกต่างในมิติของผลประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นในโลกออฟไลน์ (offline outcome) ซึ่งแต่ละเจนเนอเรชันก็มีพฤติกรรมและ

วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปเฉพาะกลุ่ม เจเนอเรชันที่อยู่ในกลุ่ม digital natives จะใช้ประโยชน์ได้มาก เช่น การซื้อขายของในโลกออนไลน์ ในขณะที่เจเนอเรชันกลุ่ม digital immigrant อาจจะใช้ประโยชน์ได้อย่างจำกัดไม่สามารถสร้างผลประโยชน์ในโลกออฟไลน์ได้ นอกจากนี้ การใช้ประโยชน์ให้เกิดขึ้นในโลกออฟไลน์ในกลุ่ม digital natives เองเช่นการซื้อขายของในโลกของออนไลน์โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มเกมซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มเจเนอเรชันวายและแซดนั้น ก็ยังไม่ได้มีการศึกษาในประเด็นนี้มากนัก

ดังนั้น การศึกษาที่ควรเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะ ความสามารถและคุณค่าในการเป็นพลเมืองดิจิทัลเพื่อการลดช่องว่างความแตกต่างในด้านการสื่อสารดิจิทัลของแต่ละรุ่นอายุใน 2 มิติดังกล่าว คือ มิติของการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและการมีทักษะรู้เท่าทันดิจิทัล (digital literacy) และ มิติของผลประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นในโลกออฟไลน์ (offline outcome) ในแต่ละรุ่นวัย ซึ่งความเหลื่อมล้ำทั้งสองมิตินี้เป็นช่องว่างทางดิจิทัลที่เกิดขึ้นภายหลังที่การเข้าถึงเทคโนโลยีแพร่หลายมากขึ้นแล้ว (อัจฉรา เอ็นซ์ และ พชณี เษยจรรยา, 2563) สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยที่มีโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่แพร่หลายและเข้าถึงผู้คนในประเทศได้เป็นจำนวนมากแล้ว

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นพลเมืองทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Educate) ด้านการมีความเคารพตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (Respect) และ ด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่น (protect) นั้น พบว่า การศึกษาที่อธิบายสภาพการณ์ของความเป็นพลเมืองในแต่ละรุ่นวัยด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาตนเองและความสัมพันธ์กับผู้อื่นมีค่อนข้างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรู้เท่าทันดิจิทัลและการสื่อสารดิจิทัล ซึ่งอาจจะเป็นเพราะแนวคิดเรื่องความเป็นพลเมืองนี้ ได้รับการศึกษาและประยุกต์ใช้กันอย่างกว้างขวางในระดับสากลในบริบทการศึกษา โดยเฉพาะการศึกษาในระบบ มีการพัฒนาหลักสูตรและแนวทางในการสอนเรื่องความเป็นพลเมือง ในขณะที่การศึกษาเพื่อขยายความเข้าใจเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นพลเมืองด้านการมีความเคารพตนเองและผู้อื่นในโลกดิจิทัล (Respect) และ ด้านการปกป้องตนเองและปกป้องผู้อื่น (protect) นั้นยังมีอยู่จำกัด พอที่จะทำให้เราเข้าใจในประเด็นปัญหาที่เกิดจากการขาดความเป็นพลเมืองใน 2 ด้านนี้ ในบางรุ่นอายุ เช่น ปัญหาการกลั่นแกล้งออนไลน์ ปัญหาประทุษวาจา แต่ยังมีช่องว่างที่ต้องการความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว แม้จะมีการเริ่มศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการเอาใจเขามาใส่ใจเราทางดิจิทัล หรือ “digital empathy” และแนวคิดการสร้างภูมิคุ้มกันทางใจหรือ “digital resilience” บ้าง เพื่อเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัลเพื่อลดปัญหาจากการสื่อสารดังกล่าว แต่ก็ยังมีการศึกษาไม่มากนัก

อีกทั้ง การศึกษาที่ผ่านมาเป็นการศึกษาความเป็นพลเมืองดิจิทัลไม่ว่าจะเป็นด้านของการวัดระดับการศึกษาสภาพปัญหาแต่ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาที่ให้ความสนใจลงไปในแต่ละรุ่นอายุ แต่จากข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหามาจากงานต่างๆ ที่ได้ทบทวนพบว่า การสร้างเสริมความเป็นพลเมืองดิจิทัลนั้น ไม่เพียงแต่การสร้างเสริมทักษะและสมรรถนะในระดับบุคคลเท่านั้น แต่จำเป็นต้องอาศัย “ปัจจัยแวดล้อม” ที่สำคัญคือ เพื่อน คนในครอบครัว สังคมในระดับโรงเรียนและชุมชน ที่จะเชื่อมโยงกันในนิเวศสื่อทั้งในพื้นที่การสื่อสารดิจิทัลและพื้นที่ออฟไลน์ คนในทุกช่วงวัยเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันและมีส่วนเสริมหรือลดความเป็นพลเมืองดิจิทัล

ได้ อาทิ ปัญหาข่าวปลอมในเจเนอเรชันเบบี้บูมนี้ ลูกหลานในกลุ่ม digital natives ก็สามารถช่วยแก้ไข  
ปัญหาได้หากมีศิลปะในการสื่อสารระหว่างวัย หรือ ปัญหาการกลั่นแกล้งออนไลน์กลุ่ม digital natives เอง ก็  
พบว่า ผู้ใหญ่ในกลุ่ม digital immigrant เองก็มีบทบาทอย่างมากที่จะช่วยลดปัญหาดังกล่าว ดังนั้น แนวทาง  
การศึกษาในอนาคต นอกเหนือจากเพื่อเข้าใจสภาพการณ์ของแต่ละรุ่นวัยแล้ว ควรเพิ่มมิติของการศึกษา  
ระหว่างรุ่นวัย (Inter-generation) ที่เชื่อมโยงว่าในแต่ละประเด็นปัญหาจากการสื่อสารในพื้นที่ออนไลน์นั้น  
แต่ละรุ่นวัยมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างไร และจะมีบทบาทอย่างไรได้บ้างในการแก้ไขปัญหา หรือรวมถึงบทบาท  
ในสร้างวัฒนธรรมออนไลน์ที่ตระหนักถึงความเคารพตนเองและผู้อื่น และรู้จักปกป้องตนเองและผู้อื่นได้  
อย่างไร

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กฤษฎา แสงเจริญทรัพย์ และ วินันทกานต รุจิภักดิ์. (2564). Cyberbullying ความหมาย และการทบทวนแนวคิดภายใต้บริบทของสังคมไทย. วารสารกฎหมายและนโยบายสาธารณสุข, 7(1), 1711-193.
- กรกมล ศรีวัฒน์. (2563, 25 มิถุนายน). This is my Generation. This is our Generation เข้าใจวัยที่แตกต่างเพราะเราเติบโตจากโลกที่ต่างกัน. <https://thepotential.org/social-issues/generation-gap/>
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2564, 25 มีนาคม). ผลสำรวจสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศ และดิจิทัลของประชาชนไทย ปี พ.ศ. 2563 – 2564. <https://www.thaimediafund.or.th/ผลสำรวจสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อ>
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2564). Digital Empathy เพราะโลกใบนี้ไม่ได้มีแค่ (พวก) เรา. <https://www.thaimediafund.or.th/จดหมายข่าวคณะอนุกรรมการ/>
- กาญจนา เดชสม และ รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ. (2564). การพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัลของนักเรียนในศตวรรษที่ 21. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 31(1), 151-163.
- กุลภัสสร กาญจนภราดร. (2561). มุมมองโทรทัศน์ดิจิทัลกับการเปิดรับสื่อของคนเจนเอเรชั่นวาย. วารสารมทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(2), 157-170.
- โครงการสุขภาพคนไทย. (2559). ทำความรู้จักคนต่างรุ่นต่าง “เจนเอเรชั่น”. สุขภาพคนไทย 2559 (น. 10-11). สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. <https://ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/FileUpload/PDF/454-ThaiHealth2016-TH.pdf>
- จิราณีย์ พันมูล และประพันธ์ โพธิ์พูลพรหม. (2564). สถานการณ์การเข้าถึงสื่อ การรับรู้ข่าวปลอม และผลกระทบจากการใช้สื่อของผู้สูงอายุชุมชนเขตเมืองในชีวิตวิถีใหม่. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 7(8), 171-184.
- ชญ์สร อรณพ ณ อยุธยา, การดา ร่วมพุ่ม, และมาโนช ชุ่มเมืองปัก. (2563). “นิเวศสื่อ” เพื่อพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 3(2), 147-169.
- ฐิตินันท์ พิวนิล. (2564). มารยาทดิจิทัล: ข้อกำหนดในการสื่อสารออนไลน์ที่พลเมืองดิจิทัลไทยควรตระหนัก. วารสารวิชาการ กสทช., 5(5), 402-418.
- ณัฐพล ม่วงท่า. (2564, 17 ธันวาคม). The Survival Hacks รวมเทคนิคพาธุรกิจ SME รอดและรุ่ง 2022 จาก MI Group. การตลาดวันละตอน. <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/the-survival-hacks-for-sme-2022-mi-group/>
- ดนัย ฉลาดคิด และ ภัทรวรรณ จีรพัฒน์ธนธร. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความฉลาดรู้เรื่องดิจิทัลบนอุปกรณ์สมาร์ตโฟนของผู้สูงอายุในเขตบางแคกรุงเทพมหานคร. วารสาร มจร.ทริภุญชัยปริทรรศน์, 4(1), 92-101.
- ดนุลดา จามจุรี. (2563). การออกแบบการเรียนรู้. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. <http://www.curriculumandlearning.com>

- โรมัส กวาดามูช. (2564). วัคซีนเพื่อรับมือปัญหา: การศึกษาภูมิคุ้มกันในโลกดิจิทัล (Digital Resilience) และ Cyberbullying ของกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาใน 5 ภูมิภาคของประเทศไทย. รายงานวิจัย. กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์.
- นภาพรรณ อาษาเพชร, มัณฑนา ภาคสุวรรณ, และภควิชญ์ ดำรงเกียรติศักดิ์. (2564). การแบ่งปันข้อมูลลูกบนโซเชียลมีเดีย สิทธิเด็กที่พ่อแม่มองข้าม. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา*, 9(2), 131-146.
- นาจริย์ ชยะบุตร. (2564). ปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิเด็กจากการถูกถ่ายภาพลงสื่อออนไลน์. *วารสารการเมืองการปกครอง*, 11(2), 233-244.
- นุติ หนูโพโรจน์. (2564). พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์เพื่อขายสินค้าและภาวะการรู้เท่าทันสื่อของเจ้าของร้านค้าออนไลน์วัยนักศึกษา. รายงานวิจัย.
- นุติ หนูโพโรจน์ และ ชวพร ธรรมนิตยกุล. (2563). ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศและดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยระดับมัธยมศึกษา. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 24(1), 146-163.
- แบรนด์บุฟเฟต์. (2563, 24 ตุลาคม). ระวังข้อปึงออนไลน์ ผู้สูงอายุกดสั่งซ้ำ ๆ สูญเงินล้านใน 6 เดือน. <https://www.brandbuffet.in.th/2020/10/aging-society-ecommerce-japanese-case-study/>
- ปวรรัตน์ ระเวง และพนม คลี่ฉายา. (2561). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพอดแคสต์. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 36(3), 59-76.
- ปาณิภา สุขสม. (2563). การแชร์ข้อมูลส่วนตัวลูกของพ่อแม่กับคุณค่าความเป็นส่วนตัวของเด็กในสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการ กสทช.*, 4(4), 112-129.
- พจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสภา. (2563). กรุงเทพฯ : สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.
- พนม คลี่ฉายา. (2563). ความผูกพัน ความเสี่ยงจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์และความรอบรู้ทางดิจิทัลและการรู้เท่าทันของประชาชน. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 38(3), 1-16.
- พิทักษ์ศักดิ์ ทิศภาคย์, ชนัญสรุ อรนพ ณ อยุธยา, และ วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา. (2562). การพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารการสื่อสารมวลชน*, 7(1), 147-190.
- พิรงรอง รามสูต. (2558). *ประทุษวาทจากโลกออนไลน์*. มุลินีเพื่อการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา (โครงการจัดพิมพ์คปไฟ).
- ภูเบศร์ สมุทรจักร, กมลชนก ขำสุวรรณ, และกัญญาพัชร สุทธิเกษม. (2563). *โลกที่ 3 ของซี-แอลฟา*. - นครปฐม : สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภูริตา สายะวารานนท์ และ ปณิตา วรรณพิรุณ. (2561). การเสริมสร้างทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับเจนเนอเรชันซีโดยการเล่าเรื่องด้วยสื่อดิจิทัล. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 3(1), 72-86.

- มนวิภา วงรุจิระ. (2561). การเข้าถึงเนื้อหาสื่อใหม่ที่ไม่เหมาะสมของเด็กและเยาวชน. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 8(2), 248-266.
- มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค. (2564, 9 มกราคม). 'โฆษณาเกินจริง' ครอง 3 ปีซ้อน ปัญหาผู้บริโภคอันดับ 1. <https://www.consumerthai.org/consumers-news/food-and-drug/4535-640109-consumersituation2020.html>
- ยาสมิน ชัดตาร. (2565). การแสดงออกและการสื่อสารที่แสดงความเกลียดชัง และการอยู่ร่วมบนความแตกต่างจากมุมมองของประชาชน. รายงานผลการศึกษาเบื้องต้น.
- เรวัต แสงสุริยงค์. (2561). ความพยายามลดช่องว่างด้านดิจิทัลในสังคมไทย. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(3), 1056-1084.
- วรรณกร พรประเสริฐ, เทียมจันทร์ พานิชย์ผลินไชย, ปกรณ์ ประจันบาน, และน้ำทิพย์ อองอาจวานิชย์. (2563). การพัฒนาแบบวัดและเกณฑ์ปกติความเป็นพลเมืองดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 22(3), 217-234.
- วรรณกร พรประเสริฐ. (2564). การวิจัยและพัฒนาแบบวัดเชิงสถานการณ์การรู้เท่าทันดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาครูในสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 23(4), 310-329.
- วศยา เอกวิสัย, กุสุมา สุ่มมาตร์, จิราภรณ์ ผันสว่าง, และริศร พงศ์สุวรรณ. (2564). การสื่อสารอย่างสันติเพื่อลดความรุนแรงของการใช้ภาษาของเยาวชนไทยในศตวรรษที่ 21. *วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอัยเย็ด*, 10(1), 645-655.
- วินิจ ผาเจริญ, ภัทรชัย อุทาพันธ์, กรวิทย์ เกาะกลาง, และสุรัชย์ พุดชู. (2564). ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาของพลเมืองไทยวัยเรียนกับสถานการณ์การเรียนออนไลน์ในยุคไวรัสโควิด-19. *วารสารปัญญาปณิธาน*, 6(1), 1-14.
- วิโรจน์ สุทธิสีมา, พิมลพรรณ ไชยนันท์, และ ศศิธร ยุวโกศล. (2562). ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL) ระดับบุคคลช่วงวัยทำงานเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(1), 194-202.
- ศิริวัตร ไทยแท้ และ ปันนิตา เลอเลิศยุติธรรม. (2565). กลวิธีความสุภาพในการปฏิเสธการขอร้องของวัยรุ่นต่อผู้สูงอายุที่มีรูปแบบความสัมพันธ์ต่างกันในประเทศไทย. *วารสารภาษาและภาษาศาสตร์*, 40(1), 110-141.
- สุกัญญา สุดบรรทัด. (2561). *วิถีแห่งพลเมืองเน็ต*. สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. <http://legacy.orst.go.th/wp-content/uploads/2018/01/วิถีแห่งพลเมืองเน็ต.pdf>
- เสมอ นิมเงิน. (2563, 1 ธันวาคม). *Generation กับพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ*. <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/31/iid/5263>
- สำนักงาน กสทช. (ม.ป.ป.). รายงานผลการสำรวจข้อมูลอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. <http://webstats.nbt.go.th/netnbt/INTERNETUSERS.php>



- สำนักงาน กสทช. (2562). รายงานการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหวของคนไทย ปี 2562. <https://www.nbtc.go.th/News/Information/39402.aspx>
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ [สศช.]. (2562) รายงานผลการสำรวจข้อมูลสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศของประเทศไทย ปี พ.ศ.2562. <https://itm.eg.mahidol.ac.th/itm/wp-content/uploads/2020/04/MDES-ONDE-MIL-Survey-2019-ภาพรวมประเทศ.pdf>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม [สพธอ]. (2563). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563. <https://www.etcha.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020.aspx>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม [สพธอ]. (2564). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2564. [https://www.etcha.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2021\\_Slides.aspx](https://www.etcha.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2021_Slides.aspx)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). รายการผลการสำรวจสถิติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป จากการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน จำแนกตามการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ กลุ่มอายุ ปี พ.ศ.2562. <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/16.aspx>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). จำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป จำแนกตามการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ภาค จังหวัด และเขตการปกครอง ปี พ.ศ.2562. <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/16.aspx>
- สัญญารัตน์ มีสุวรรณ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายทางสังคมกับความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลในผู้สูงอายุไทย. *วารสารการบริหารปกครอง*, 10(2), 1-32.
- Sanit Rachata. (2021, 20 มกราคม). E-commerce ไม่ใช่แค่เรื่องของคนรุ่นใหม่ การค้าออนไลน์กำลังบูมในกลุ่มผู้สูงอายุทั่วโลก. <https://brandinside.asia/elderly-grows-the-most-in-online-platform/>
- อัครนันท์ คิตสม. (2564). การแบ่งแยกทางดิจิทัลในกลุ่มประเทศอาเซียนในทศวรรษ 2010s. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 18(2), 43-67.
- อัจฉรา เอ็นซ์ และ พัทณี เขยจรรยา. (2563). ความต่างบนความเหมือนของดิจิทัลเนทีฟไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.*, 10(1), 54-67.
- อธิชา วุฒิรังษี. (2561). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้สูงอายุ. *วารสารสหศาสตร์*, 21(1), 90-106.

ภาษาอังกฤษ

- Barnes, R. and Potter, A. (2021). Sharenting and parents' digital literacy: an agenda for future research. *Communication Research and Practice*, 7(1).  
<https://doi.org/10.1080/22041451.2020.1847819>
- Chivers, K. (2021, May 26). *Digital generations: The technology gap between seniors, parents, and kids*. <https://us.norton.com/internetsecurity-how-to-digital-generations.html>
- Council of Europe [COE]. (n.d.). *Digital Citizenship*. <https://www.coe.int/en/web/digital-citizenship-education/digital-citizenship>
- Dhamanitayakul, C. and Biggins, O. (2019). Conceptualizing Digital Citizenship for Digital Natives in Thailand. *Journal of Communication Arts Review*, 23(3), 60-73.
- Dimock, M. (2019, January 17). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Eaujarusphan, A. (2021). Online Social Media Usage Behavior, Attitude, Satisfaction, and Online Social Media Literacy of Generation X, Generation Y, and Generation Z. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 10(2), 44-58.
- Fromm, J., & Read, A. (2018). *Marketing to Gen Z: The Rules for Reaching This Vast--and Very Different--Generation of Influencers* (Special ed.). AMACOM.
- Kitchen, P.J. and Proctor, T. (2015). Marketing Communications in a post-modern world. *Journal of Business Strategy*, 36(5), 34-42.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. In P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge* (pp. 276-320). London: Routledge and Kegan Paul.
- Mossberger, K., Tolbert, C., and McNeal. (2007). *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/7428.001.0001>
- Oranop, C., Tuansiri, E., and Chaisukkosol, C. (2020). Social listening of events relating to Buddhist and Muslim relationships between 2015 and 2019: How does online hate speech emerge among Thai internet users?. In 5<sup>th</sup> International conference Hate Speech in Asia: Challenges and Solutions. (pp.4-12). [https://asiacentre.org/wp-content/uploads/Conference-Proceedings\\_Hate-Speech-In-Asia-Challenges-and-Solutions.pdf](https://asiacentre.org/wp-content/uploads/Conference-Proceedings_Hate-Speech-In-Asia-Challenges-and-Solutions.pdf)
- Park, Y. (2016, September 6). 8 digital life skills all children need- and a plan for teaching. <https://www.weforum.org/agenda/2016/09/8-digital-life-skills-all-children-need-and-a-plan-for-teaching-them/>
- Ribble, M. (2019). *Digital Citizenship*. <http://www.digitalcitizenship.net/nine-elements.html>

- Ribble, M. (2020, January 28). *Digital citizenship is more important than ever*.  
<https://www.iste.org/explore/digital-citizenship-more-important-ever?articleid=535>.
- Ritzer, G., Dean, P., & Jurgenson, N. (2012). The Coming of Age of the Prosumer. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 379–398. <https://doi.org/10.1177/0002764211429368>
- Saengcharoensap, Krisda and Rujiprak, Veenunkarn. (2021). Cyberbullying Among University Students in Thailand. *Thammasat Review*, 24(2), 41-58.
- Sivricova, N. and Moiseeva, E. (2018). Values of generations in the context of intergenerational communication. *SHS Web of Conference* 55.  
<https://doi.org/10.1051/shsconf/20185502017>
- Tommy K.H. Chan, Christy M.K. Cheung, and Zach W.Y. Lee. (2021). Cyberbullying on social networking sites: A literature review and future research directions. *Information & Management*, 58(2). <https://doi.org/10.1016/j.im.2020.10341>